ジーエム

gM

Game Machine
Game Making
Game Media
Game Market
Game Mania
Game Master
Game Manner
Game Magazine

1999 04 定価980円

ゲームファンのサブテキスト

週刊ザ・プレイステーション8/13号別冊 SOFT BANK Publishing

Feature Story 1

逆襲のセガ

巻頭ロングインタビュー

佐伯雅司

(ソニー・コンピュータエンタテインメント)

Feature Story 2

アダルトゲーム

何がマニアを熱くさせるのか



SPECIAL

激走トマランナーとゆかいな仲間たち
カルドセプトという、宇宙
エースコンバット3 ～3度目の空の色は
せがれいじり 素顔の秋元きつね

gM Recommend

風のクロノア door to phantomile
ジャイアントグラム
マリオゴルフ64
ときめきメモリアルドラマシリーズ vol.3 旅立ちの詩
シーマン ～禁断のペット～
ポップンミュージック
久遠の絆
バギーヒート
ストラトスフィアー
俺の屍を越えてゆけ
こみっくパーティー
エバークエスト
99甲子園
TRIBES
憧れ


Dreamcast
クールボーダーズ・バーン
1999.8.26 BURRRN!
ボードをバーンとプレゼント!!
オリジナルスノーボード:3名様
RC-M
Dreamcast
Cool Boarders BURRRN!
クオカード:30名様
購入されたソフトに同封されている「アンケートはがき」を送ると抽選で3名様にオリジナルスノーボード（リッチマンの最新ボードを使用）、または30名様にクオカードをプレゼント。
応募期間：8月26日～9月30日（当日消印有効）
※当選者の発表は10月中旬頃に、ウエップシステムのホームページ（http://www.uepsys.com/）に掲載させていただきます。
Cool Boarders BURRRN!
¥5,800（税別）
©1999 UEP Systems,Inc.



爽快さブッチギリ!!あのクールボーダーズがパワーアップしてドリームキャストで新登場!!

多くのゲームフリークを熱狂の渦に巻き込んだクールボーダーズが、ドリームキャストに新登場。巨大なスーパーパイプやシリーズ大好評の対戦モードにニューモードも登場し、前作をはるか上回る圧倒的なスピード感とリアリティでプレーヤーを魅了する。華麗なトリックをクールにキメレば、真夏の暑さも吹き飛ぶこと間違いナシ。いま新たなるスノーボード伝説が幕を開ける。



新しい「COOL BOARDERS BURRRN」では、広大なゲレンデを自由に滑るスノーボード本来の爽快感に、エクストラタイムや障害物破壊などのアクション性をプラス。ハーフパイプのリップ部を巨大にしたスーパーパイプも登場し、トリックを決めるたびにBGMも多彩に変化します。大好評の対戦モードには「バトル」が新登場。トリックを決めて対戦相手の画面を狭めたり、ブーストパワーをため込んで一気に加速できるようになりました。また、滑走時にエッジから勢いよく吹き飛ぶ雪しぶきや森の中を流れ落ちる滝など、シリーズ最高峰の美しい3Dグラフィックと秒間60フレームのスピード感はまさに圧巻。かつて体験したことのない世界にあなたを誘うことでしょう。

株式会社ウエップシステム 〒160-0023 東京都新宿区西新宿3-8-5 ゲームインフォメーション:03-3377-2227 http://www.uepsys.com/

業界独り言

gM宣言

編集長
桑原修

サル騒動とSCEプロモーション

●4号目の巻頭インタビュー、誰に出てもらうおかなあと考えていた6月某日に目にした「麻布サル騒動」。八王子の方から遠路はるばるサルが上京して、麻布の高級住宅街を賑わしたってニュース、覚えてますか？ あれってまだ(7／15現在)捕まっていないはずなんだけど、あのサル元気なのでしょうか？ もうワイドショーもサッチーとミッチーに首ったけでサル取材班も解体してるんでしょう。サル獲り名人とかも、TVに映らないならいいや、とか思ったりして。あともう1匹上京してきたなんてガセネタも流れましたな。

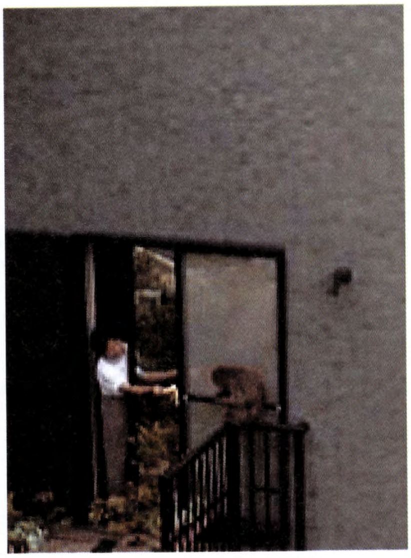
●話は戻るけど、そんなサル騒動期にぴったりとマッチして「サルゲッチュ」(SCE発売)のTVCMやらが流れていたわけで。一応「もしかして仕込み？」とかSCEに聞いたりして否定されたんだけど、"SCEならやるかもしれない"って思わせるところが"SCEらしさ"なのかなあと思って、改めてSCEの宣伝力というかプロモーションの影響力の大きさみたいなのを再確認したわけです。まあ、そんなこんながありまして、じゃあゲームの宣伝・プロモーションとはみたいな話もいいなあと思って、今号は巻頭インタビューをSCEの佐伯さんにお願いしました。失礼な話かもしれないけど。

●とはいえ、企画の発端ってのはそんなものじゃないかなあと思ってます。何かに刺激を受ける→何かアレンジして生かせるのではないか……こういう発想は、モノマネとかパクリとかいわれて、さげすまれることが多いけど、実際に無から有を生み出すことなんて不可能に近いことはわかるよね。赤ちゃんは親のマネをして生きるのに必要なことを学んでいくわけだし、ましてやマネをするってことは日本人の最も得意とするところ。そういう意味では、クリエイトするってマネの同義語なのかもしれない。ただし、そこには独自のアレンジとか、付加価値とか、大元のものを超える何かがないと、認められるものではない。下手すれば訴訟問題にもなる。

●前にやっていた雑誌で、あるマンガのパロディ画を掲載したことがある。その時、そのアニメの版権を管理している会社から、こっぴどく怒られた。それが「パロディというのは、原版を超えるアートでなければならない。それならうちも文句はいわないけど、そちらのは明らかに改悪。著作権侵害ですよ」というお話。幸い、訴訟沙汰にはならなかったけど、僕はそのアニメ会社の見解に、目から鱗だったわけです。ある意味、やらかして良かったなとも思ったし。

●ゲームも、元もとは1つのソフトから始まり、さまざまなアレンジ、パロディ、モノマネでここまできています。いま市場に出回っている、新規性の高い、オリジナリティの高そうなソフトも、たぐれば元はあります。でも、元を超える何かがあるから、続いてきているわけで(まあ、いくつか問題あったこともあるけど)、そういう意味からすると、著作権を主張するという流れはどうかな〜と思ってしまう。驚くことに、日本は特許天国らしいね。世界の数十%の特許技術を日本の企業が持っているとか。ゲームに関しては、まだ日本が世界をリードしているし、技術は分けあってほしいと思うのは、このご時世に合わない考え方なんだろうか。などと思う。

●ところで、サッチー、ミッチーも経歴詐称疑惑だかで告発沙汰になっている。いつまで続くのかと思いつつも、実は水面下でSCEがサッチーVSミッチーのゲームを作ってたりすると僕は踏んでるんだけどね。やりかねないよ。



私の嫁さんの会社が麻布にありまして、そこからちょうどサルが見えたらしく、撮ってもらいました。バナナか何かもらってます。この時期は、まだ報道陣が多く、サルの目撃談も数多かったんだけど、ここんとこぱったり。捕まったなら教えてくれないとね。ワイドショーもさ。

さて今回のゲストは、業界一スカしたおじさんこと、僕も公私ともに大変お世話になったSCEの佐伯氏。世紀末のゲームビジネスを席巻したSCEの宣伝、プロモーションを創出し、今や業界には欠かせないキーパーソンとなった人。これまで聞く機会の少なかったSCEプロモーション魂について、襟を正して聞いてみることにした。

※

——佐伯さんの経歴なんですが、大学卒業後はずっとソニーで？

「一番最初が、今で言うシステム管理部みたいな、情報処理部門。で、IBM大型コンピュータのコンピュータルームっていうのがあって、そこで、会社の中のいろんなリクエスト、データのトランザクションみたいなものを処理していくシステムを作る、プログラムを書く仕事をしてた」

——あら、あの理系の方じゃないと思ってたんですけど。

「文系だよ」

——文系がなぜプログラムを……。

「適性検査っていうのが入社の時にあって、一生懸命まじめに答えていったら、適性があるっていうことになっちゃったらしいの。で、そこに配属になって、なんで俺が？って思ったんだけどね。1977年入社当時のコンピュータって本当にでかくて、チカチカ、チカチカしてるようなモデムがあって、コンピュータルームはいつも何度に保って、夏は涼しくて冬はあったかいみたいな感じ。そこにはキーパンチャーがいっぱいいるわけ、茶髪のキーパンチャーが」

——わ、古い。

「カードリーダーに一行、一行プログラム書いて、打ち込んで、ダーッと読ませて、やっと機械語に翻訳とかっていう時代だよ」

SCEのプロモーション企画部と宣伝部の合成パワーは日本の産業の中で最強だと思っている

佐伯雅司　LONG INTERVIEW 04

写真=大金 彰



——プログラムは、やっぱり会社に入ってから学んだわけですか。

「とはいっても先生なんかいなくて、入社した途端にIBMのマニュアルをもらって、これを5冊読むとあなたはプログラム書けるようになりますと、渡されるだけだから。当時はソニーもβマックスを発売して間もない頃で、その訪販とか、お店の研修とかにも行かされるわけ、新入社員は。その出張中にマニュアル全部読んでおきなさいといわれて、2カ月出張したら、はい、テストっていきなりプログラム書かされた。今考えると簡単なやつなんだけど、Go to～、read～とかって、ループしないようにテストがあったりとか。でもそのくらいなら書けちゃうんだね、不思議なもので。で、そういうのが1年半ぐらい。O型で目立ちたい性格だし、向いてないと思って、異動希望を月に1回、課長とのミーティングがあって毎月いってた。その時の課長さんがとってもいい人でいうんだよ。でもね、佐伯君、ここすごい場所なんだよ。ソニーでいろんな事が決まったら、最初にそういういろんな話がコンピュータ化、システム化しなきゃいけないから、いろんな情報が最初に来る部署なんだよって、動機づけしようとするんだけど、でも、それは情報とはいわないでしょうねみたいな(笑)。俺ら、どうせ、それ処理するだけじゃないですかとかいって」

——1年半やって、もう見切ったみたいな部分あったんですか。

「見切ったどころじゃなくて、やりたい仕事、一生やる仕事じゃないっていう、漠然とした思い。で、出してもらって営業に近づいたんだけど、今度は、段ボール箱いっぱいの資料を、販売統計資料に加工するっていう仕事をやったの。実はここの仕事が非常に長くて、最終的にはソニーの国内営業本部の企画室にその組織が編成されるというか、取り込まれて。それは3年か4年やってる」

——そんなに長いってことはないですよね。

「時々オプショナルな解析はしなきゃいけないけど、でも、仕事のパターンとしてはいつも決まってるから。だいたいある流れで仕事をまかされるようになると、国内営業の経営陣に危機感とか、まずいこととかがわかりやすく伝わるという、数字のグラフ化の作業とか、そういうことはすごくノウハウとしてたまっていったかな。だから、佐伯はプレゼンテーションがソニーの中ではうまいといわれる。プレゼンだけで会社が失敗することはあるんだけど、プレゼン伝説とかよくあるじゃない。よくそういうときに名前出されてた。お前は、プレゼンはうまいからな、みたいな」

※

——その後どこかへ移るわけですね。

「その当時の国内営業本部の企画室長が伊庭さん(現SCE取締役会長)だった。さらには、たまたま、多分アメリカから、日本のソニーの法務部に戻ってきてたトクさん(徳中暉久氏、前SCE代表取締役社長、現SCE代表取締役)

が、営業の経験をしなきゃいけないからって、伊庭さんがトクさんを企画室に出張駐留みたいなことをさせてた時期。25ぐらいの時だから、20年くらい前かな。佐伯ちゃんクビとか伊庭さんにいわれて。もういいでしょ、営業1回やってきなさいといわれて出されたのがオーディオ・アクセサリー営業部というところ。そこが2年くらい」

――そうやっていろんな部署を経験し



SAEKI MASATSUKA

1954年生まれ。見た目、45歳くらい。中央大学法学部を優秀な成績で卒業後(本人談)、1977年ソニー入社。情報処理、販売統計、オーディオ・アクセサリー営業を経て宣伝部へ。パスポートサイズの8ミリビデオのCMなどを担当。プレイステーション事業立ち上げとともにSCEへ出向。プロモーション企画部、宣伝部でPSの普及に貢献し、本格的にSCEへ転籍。現在は執行役員としてもSCEを支える。

ていくというのは、ソニーでは当たり前なんですか。希望すれば、ずっとたとえば販売統計グループに一生いるっていうこともありうるんですか。

「いや、あまりないね。ソニーの場合、自己申告という有名な制度があるんだけど。会社に自己申告書を出して、ぜひ異動したいとか1年以内に出たいとかって申告すると、人事が面接してくれて相手方の部署に必要かどうか聞いてもらって、成立するとそれでOK。上司は一切何にもいえないという。そういう制度があるんだけど、俺のそこまでの異動は全部上司が動かしてくれた。で、初めて自己申告…社内募集っていう似たようなのがあるんだけど、それを受けたのが、2年間営業やった後の29歳の時。帰ってきたら社内報があって、そこの表4(裏表紙)にソニーの宣伝マン大募集とか出てたの」

MASATSUKA

佐伯雅司 LONG INTERVIEW 04



――それでようやく宣伝畑ですね。

「ある日営業で山口あたりに出張した後、帰ってきたら机の上にそれがポンと置いてあって、気にもとめてなかったんだけど、その時デスクの女の人が優秀な大先輩で、要するにお局なんだけど、これを受けろっていうわけ。今のうちの細谷とか、林みたいに女の子でもバリバリ仕事を男並みにやる文化は、当時ソニーですらなくて、優秀な人もデスクっぽい仕事をやってたっていうような時代だった。その先輩が受けなさいと。昔はソニーは出世するなら海事と言われた。海外事業。まさに出井さん(ソニー代表取締役社長)なんかはその例で、ソニー・フランスを一人で立ち上げてた。その時に井深さん、盛田さんと大賀さんと世界中回ってくる。だから、トップと直接話ができるのは、海外に赴任して、そこのエリアの責任者になることが必要で。出張して、転勤してというのが、偉くなる方法なんだよなんていわれてた。でもその大先輩に、これからは宣伝とかが会社のトップマターだから、宣伝部は絶対トップと直接話ができる機会があるから受けなさいと。なかば、命令状態(笑)。別に出世欲あったわけでもなんでもなく、受けるだけ受けてみようと。ところが俺は美術は2なんだよ、高校の時から(笑)」

――試験ってなんかそういう、絵心みたいのも必要?

「当然いると思ったわけ。で、これとこれがあって、どっちがきれいかとか、そういう試験があると思ってたんだけど、面接だけでなんか気に入ってもらえたらしくて。その時に確認したの。俺、ずっと美術2だったんですけど、平気でしょうかと(笑)。今でも部下には本当に絵心がないねとか言われてしまうくらい下手で。でもそこからだよ、宣伝は。29歳からだから、15、6年になるかな」

――社内募集で求められていた人材というのは何だったと思われます?

「宣伝なんていうのは、続けていくのはすごく重要なことなんだけど、変わる時も変わらなきゃいけないっていう局面がある。必ず来るんだけど、ソニーの業績って、20年ぐらい過去引き伸ばしてバーッと見たら、必ず山あり谷ありなわけ。だから、変革の時期が5年サイクルぐらいで必ず来る。そういう時に宣伝部は新しい血がいるという判断が、いつの時代もされてると思うから、そういう必要に応じて募集されたんだと思う。どういう部分を評価してくれたのかというのは、あの当時のおじさんたちに聞いてみないとわからないけど」

※

――ソニー本社の宣伝と、SCEってやっぱり考え方も違うんですか。

「まるで違う。まず、ソニー本社の宣伝というのは常に〝ソニーらしさ〟が要求される。結局俺はあそこを飛び出す形になったんだけど。あ、でも飛び出すなんていうと、嘘つけ、俺が飛ばしたんだっていうやつがいるから、正確にいうと飛ばされそうになった理由は、根本的には私生活の部分はおいといて(笑)根本的な部分は思想のずれ。俺が一番忌み嫌ってる言葉は〝ソニーらしさ〟っていうことなの」

――えっ？ そうなんですか。

「だから、今のSCEはそういう〝らしさ〟なんていうのは、端からないわけ。むしろ〝SCEらしい〟という言葉すらも否定しているというのが、ポリシーだから。〝らしい〟なんていわれるなっていう。何にも新しいことをやってないから、そんなことをいわれるんだ、ある意味でいうとね。ソニーの広告って、なんかみんな同じに見えてくるでしょう。ベガにしても。ハンディカムにしても。ハンディカムはちょっとタレント使ってるのが違いだったんだけど、グラフィックなんか見ると、もう非のうちどころのない、つっこみのないぐらいキレイに完成された広告なんだよね。でも、おもしろくない。それですむ時代もあるんだけど、やっぱり広告の表現とかプロモーションの方法というものは、時代環境が要請する方が優先すると思うから、常に変わっていっていいと思ってるわけ」

――やっぱり、商品がしっかりしてないと、いい広告を打ってもしょうがないっていう部分はありますね。

「なんか、そういう意味ではたぐいまれな運をもってるなと思う。PSもそうでしょう。飛ばされてきたはずなのに、最初はコンピュータエンタテインメント事業準備室？ 何ですかそれっていってたのに。ゲーム？ ソニーがゲームやるんですか？ なんて、何にも知らなくて来たけど。結局は、いい商品にめぐりあえた。広告なんかっていう感じでね。でも、プロモーションと広告はまったく意味違うんだけどね」

――そうなんですか。

「広告は単純なる一つの武器、プロモーションというのも一つの武器。でも、全然両者は違う。でも、両方あったほうが強いに決まってる。だから、SCEのプロモーション企画部と宣伝部との合成されたパワーっていうのは、多分日本の産業、日本には何万社もあるけども、最強だと思ってるけどね。自慢するわけじゃないけど」

――プレイステーションを始める時に、発売前にハードを見た段階では、成功は信じられました？

「わからなかった、全然。最初、プレイステーションっていう名前は、プレステって呼ばれるのがイヤだって盛田会長が言ったっていう経緯もあって、俺もその通りだなとか(笑)思っちゃって、一生懸命違う名前考え始めたりしてたの。そしたらクタちゃん(久多良木健氏、SCE代表取締役)とケンカになって、もう全世界で商標登録間に合わないからノーチョイスだとかいわれて」

――全世界で取れそうな商標だから、あういうシンプルな名前にしたんですか。

「いや、もうすでに調査が終わってた。プレイステーション・ゼロっていうのがあったじゃない。任天堂と出そうとしたやつ。その時に、プレイステーションの商標は全世界で調査かけてる。だから、ほとんどの地域、国でOKなってたわけね。今考えたら、仕事のコンピュータ…ワークステーションに対して、遊びのコンピュータ…プレイステーションっていうのは、良くできた名前だなと思う。略した時の語感は、たしかに今でもそんなにいいとは思わないけど。でも、デファクト・スタンダードってそういうものだよね。結果



SCEらしさという言葉さえ否定したい

SAEKI

オーライ。だから、最初はそんな感じだったけど、商品力というものが頭抜けて高いわけじゃない。だから、勝って当然なわけよ。ところが、広告をする、プロモーションする立場でいえば、今回の場合はハードウェアじゃなくて、強い商品っていうのはソフトだった。ゲームビジネスはソフトビジネスだよというのを認識するのは早かったけどね。ソフトがなきゃ、ただの箱だみたいな。ビジネスのマインドとしてはなんかすーっと入っていったね。ゲーム好きだったからかな。スーファミ持ってたし、ファミコンもやったし」

──あ、そうなんですか。なんだ。そんなに好きじゃないのかと思ってた。

「全然嫌いじゃない。だって、離婚後のさびしい7年間の生活のうち、ゲームが占めた時間比率ってすごいよ。麻雀ゲームだったり、マリオゴルフだったりさ。グラディウスとか。わりと単純なやつなんだけど、ゲームはお世話になりました(笑)」

──そうなると今の幸せな生活環境だとやらないですか。

「いやいや、そんなことない。会社でやれるから。なんて、幸せなんだと思ってる」

※

──自分が好きなゲームに対しては、広告という部分でも肩入れしてしまうことはあります？

「ほとんどそれですね。ただ、わからないジャンルは、わかるヤツの意見をちゃんと聞くから。俺の好きなヤツだけ広告してたら、ビジネスにならない」

──でも、ほら、今オヤジ層広げようっていうキャンペーンやってるじゃないですか。とすれば、佐伯さんが好きなものを押すっていうのも一つの手かなと思いますね。

M A S A T S U K A

佐伯雅司 LONG INTERVIEW 04

「俺みたいな親父ばっかじゃないからね。石川次郎(フリーエディター、『トゥナイトⅡ』司会者)さんみたいな親父もいるわけ。で、ああいう非常にハイレベルなインテリジェンスの高い親父さんたちっていうのは「BOOK OF WATERMARKS」だっていわれて。それはそれで、タイプとかあるから、自分のセンスがすぐれてるっていうことは絶対あり得ないので。ただ、これはいいなと思ったら、意外と同調者が多かったっていう、そういうことはいっぱいあるけど」

―石川さんの話で思いだしたんですけど、今、『トゥナイトⅡ』とか『ワンダフル』とか(すみません関東ローカル深夜TVです)、ああいう深夜番組がプロモーションに重要視されているじゃないですか。あのへんは、最初からねらってました。

「ねらってる。それはもうはっきり最初からねらってる。それまでは、みんなソフトを持ちながら、そのソフトをどうやったら早く伝わるかというプロモーションのレベルで、個別にみんなあたってた時代で。そういうネタを最初にうちが持ち込んで、プロデューサーと知り合って。そうしたら、各メーカーも気がついて、非常に密につながって、毎週火曜日にゲームのコーナーができてしまった。でも全部意図的っていうか、ねらいはありましたよ」

―CSはメディアとしてどうですか?

「スカパー(スカイパーフェクTV)は、うちが提供してるのはViewsicっていうチャンネルのみ」

―SCEとして、なにかゲームチャンネル持つとか。

「維持費が大変。広告メディアに換算したら、チャンネル買うのはいとも簡単なんだけど、そんなもんしてたら真っ赤っかになっちゃうから。それがあったら、半導体の工場に投資しますよ(笑)」

―順調なんですか、PS2は。

「順調ですよ」

―9月に一応、その現物が見れる状況になるということですよね。

「絶対見れます」

―絶対見れる。見れる映像っていうのは社内で作ってるんですか。

「ソフトをかけたいね。ゲームとして評価ができる水準のものを動かしたい。でも、まだわからないよ、今の段階ではね」

―ゲームショウでは、発売日とか価格とか、プロモーション展開、こうやっていくっていう話は出るんですか。

「出ない。絶対出さない。まだ早いし、決まってない」

―じゃあ、想像の域ですね。

「でも、いいじゃない。9月に初めてタッチできるんだから」

―いっぱい実機を出してくれないと、タッチできないかもしれないなっていう(笑)。

「ああ。じゃ、1回10円で触っていいっていう感じにしようか?」

―ポケステの発表の時みたいに、会場にかついで持ってきてくれれば、よろしいんじゃないかと思いますが。





「(笑)駅弁スタイルで。かつげる大きさであることを祈りますよ」

―今、ハード自体のCMっていうのやってます?

「ハード自体はリバイバルが多いんだけど、春にやったやつとかの、カタログを再編してやったじゃない。あれを、最後に新作のハードのCMはやってない。今、マスに向けて広告を打って、ハードを買わせるっていう条件はそろってないでしょう。ソフトが新しいお客さんを連れてくると思ってるので、そういういいソフトを広告して、同時にハードも、まだ、もし持ってなければっていう環境作りの時期だと思ってる」

―でもポケステはまだ足りてないですよね。

「月産ベースは上がってきてるから。そのタイミングに合わせて『どこでもいっしょ』を出すつもりなので。怒られてもいいから、フルスイングでプロモーションかける。たとえ、またそれでポケットステーションが市場になくなって、だから買えないとかいわれてもね。やんないとソフトが死んじゃうんですね。俺が大好きなソフトは鮮度のあるソフトだから、新しいゲーム性とかを楽しみにしてるわけよ。「どこでもいっしょ」みたいなのは大好物なんです。やっと来たぞ、また大好物がっていう感じなので、満腹になるぐらいプロモーションしてしまおうと。怒られてもいいと思ってる。ごめんなさい。「ポケットムームー」の反省があるからね。「ポケットムームー」も大変良くできたゲームで、ポケットステーションの一つの使い方としては典型的な、わかりやすいゲームだった。でも、ポケットステーションの数がないから、プロモーションできなかったでしょう。それは、ハードの供給がソフトの足を引っ張ったということになるから、かわいそうじゃない、作ってる人間は。だから「どこでもいっしょ」は燃えてるわけよ」

―「どこでもいっしょ」も含めて、毛色の変わったゲームというかが、SCEさん増えてる感じなんですけど。

「止まらないね」

―急にこの時期に来て開花してきたというか。それはなんの影響なんですかね。

「クリエイターの変化みたいな感じはする。端的に、作ってる人の種類の変化だと思うけど。だから、なんか、今風なゲーム・クリエイターが作ってるというか」

―王道をいく「アークⅢ」とか、「アームズⅡ」とか、そういうのもありつつも、片や、この人と会ってみたいと思わせるようなゲームを作る人が出てきたなっていう気がしてるんです。

「いいんじゃないの。そういう人たちがまたPS2になったときに、何を出すか分からない。そういうのがないとつまらないでしょう」

※

―話はちょっと飛んでしまうかもしれませんけど、もし、佐伯さんが予算の少ないメーカーの宣伝部だったら、どんなことをします?

「うちは実はCM打ってるソフトっていうのは全体の中でも本数ベースで言ったら1割、2割くらいしかない。年間いいとこ5、6タイトルかなあ。それでも恵まれてますよといわれると思うんだけれども、やってないソフトの方がメチャクチャ多いわけ。で、それ



PS2は、ゲームショウではゲームとして評価できる水準のソフトを動かしたい

S A E K I

でも10万、20万まで行くものも出てる。それは何?ってこと。あとは、今小さくても、大きくなるときのチャンスみたいなものは、いい物を作ってれば絶対に来ると思う。そのチャンスをうまく捉えて、そのときに張るんだよ。張り方間違えたらもう、それでみんな夜逃げしましょう、でもいいじゃない。張らずにそのまま銀行に金返せ、金返せっていわれてっていうのはつらいよ。だから、それまでは確実に、利益が出るようにということを考えて、張るときに思い切り勝負をかけて、うまくいったら大きくなるし、ダメだったら解散すると。そういうような方法論を俺だったらやると思うけどね。『ダンゴ3兄弟』みたいに、なにかの拍子で売れた音楽ソフトっていっぱいいっぱいあるのよ、過去。絶対何かが仕掛けられてる。そういういっぱい仕掛けてる中で、ポンと誰かの目に止まって、しゃべりあげて、火がついちゃって、ドワーッと炎の海になって大ヒットしましたというケースは、音楽なんか見てるとよくあるじゃない。そういう網の張り方をしとけよっていいますね、部下には。パンツ脱いでもいいけど、ただでやらせるなって(笑)」

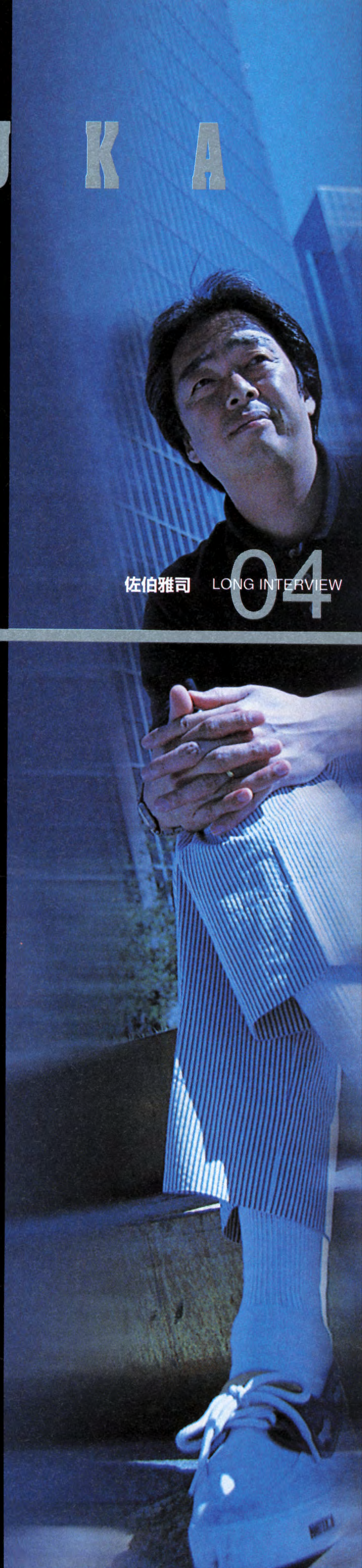
――そういう音楽とか、他業界でのことをヒントにしてプロモーションかけることはよくあるんですか。

「そういう意味では、うちの組織は基本的に音楽業界と宣伝技術の融合体からスタートしたわけ。だからヒントどころかそれが手段。宣伝はホントに技術でしかないけど、金がなかったら宣伝技術も使えないし、金がなくても、人という財産でできるプロモーションはある。だから強力ですよ」

――佐伯さんは、今、プロモーション

SAEKI MASATSUKA

佐伯雅司 LONG INTERVIEW 04



手探りで始めたものを来年はちゃんとビジネスに

をやりつつ、会社の執行役員という重要なポジションでもありますが。
「クタちゃんに怒られまくってるんですね。役員というか経営者としての発言が少ない、お前がいってるのは担当者に近いことだ（笑）みたいな。そりゃいうわなと。いいじゃない、担当者レベルだって、と思うんだけど、経営者の目でものを判断しろとかよくいわれるけど、現場の情報抜きにはね。それはそれでちょっとブレストして、先の話を考えるときにそういう視点でも考えなきゃいけないけど」
——もともと佐伯さんはソニーに籍があって、SCEへ出向でしたよね。で、いつかの時期で完全にこちらに転籍して。その理由は？　本社には戻りたくはなかったんですか。
「ソニー体制が嫌いだったから（笑）。だって今一番おもしろいのは、やっぱりさっき言ったように、ここの組織ならば、宣伝とかマーチャンダイズとか、いろんなものをできるじゃないですか。しかも、その領域で、同じことをしてる人間がいるわけでね。任天堂にいるかセガにいるか、あるいは小学館にいるか、角川にいるかもしれないけど。同じような機能を持った会社がいっぱいあって、同じ仕事をしてるヤツらがいると。これがライバルになってるわけでしょ。だから、じゃあ今度はマーチャント・プロモーションと、デザインとかインフォメーション、そういうのを全部合わせて、うちは何を強みに強化していけばカッコいいかなってことを考えちゃうんだよね。そういう方がおもしろい。来年絶対仕掛けてやると（笑）」
——こわいなー。
「もう決めてんの（笑）」
——何が起こるんです？
「それはPS2ってことではない。SCEがいろいろ手探りで始めたもの、アニメ作ったりしてたりとか、儲かってないんだけど、研究開発投資みたいなじってみてたりするわけじゃない。それを来年あたりはビジネスにちゃんとするっていうことが、個人的にはやりたいことだね」
——じゃあ、まだまだこの仕事はおもしろいと感じてらっしゃる。
「変わっていくと思うしね。人が育ってるのを見るのはすごく楽しいよね。人が腐っていくのを見るのは不愉快だけど。俺らの時代は会社のことが大体見通せるようになるまで3年かかるっていわれてたけど、もう今のスピードは全然違う。新入社員で入ってから1年、それだけ会社が見渡せる規模であるといえるのかもしれないし、人材の流動化で、定期採用を新卒からなんていう時代は終わってて、中途で、頑張ってたヤツがうちに来てくれたりするわけじゃない。そういう変化もおもしろいしね」

ジーエム
1999 04
COVER
ロゴデザイン＝TZ（金田隆顕）
デザイン＝呉 幸子（呉事務所）
イラスト＝「Kanon」© Key

CONTENTS





STAFF
編集長 ＝ 桑原 修
デスク ＝ 秋山 勤
編　集 ＝ 本郷正弘/西岡浩二郎/岸田准一
ライター ＝ 阿部広樹/天野譲二/音無樂
金子光晴/倉持亮一/佐久間亮介
櫻薗冬弥/佐々木功一/篠田聡
多根清史/飯田斬九郎（無所属トップ屋）
箭本進一/吉村一也
Team MILCHA（MILCHA/猫丸）
アートディレクター ＝ 呉 幸子
デザイン ＝ 呉事務所（呉 幸子/小谷中一愛
黒田 薫）大竹教久
写　真 ＝ 荒井英一/遠藤勝/大金 彰
大屋哲男/笠井爾示/鬼頭栄次
小林 伸/津留英一/深港まゆみ
福島正大/吉田亜希子
ホンマタカシ/森山大道
イラスト ＝絵師 加トー/カルメン伊藤
DOW/中村久男/八重樫彩蔵
SPECIAL THANKS＝杉浦誉典
広　告 ＝ 湯浅 淳/辻 順一/青木香織
坂田和香子
販　売 ＝ 平山明徳
業　務 ＝ 櫻井誠一
印　刷 ＝ 大日本印刷



「セガ、家庭用ゲーム機伸び悩み。
ネットワーク事業に着手」

これは今から10年前、メガドライブの周辺機器メガモデムを発売した時の新聞記事を引用したものだ。この記事をたまたま見つけたとき、思わず笑ってしまった。10年前も、現在も、セガはまったく変わっていない。そう、昔からセガは危機を叫ばれながらもチャレンジを繰り返し、ピンチを何度も乗り越えてきた驚くほどタフなカンパニーなのだ。たしかに現在のセガからは悪い側面ばかりが見えてくるのかもしれない。しかし、その裏でセガは秘かに牙を研いでいる。いつかくる逆襲の日のために。ジェネシスでつかんだ世界的な成功をもう一度手に入れるために。セガの次なる一手を分析する総力特集。はたしてセガの明日はどっちだ！



逆襲のセガ

Feature Story 1

構成・取材・文＝
ファミレスラーズ（志田英邦＋城戸芳充）、編集部
写真＝ホンマタカシ（p.12-13）

逆襲のセガ

Feature Story 1

セガは倒れたままなのか？

危機が叫ばれた日々

セガが叩かれている——。
週刊誌はセガの社風とドリームキャストをこき下ろし、新聞各紙はセガの今期の損失に警告を鳴らす。セガの一世一代の大ギャンブル、ドリームキャストの大幅な値引きにも否定的な論調がほとんどだ。ドリームキャストが100万台売れたとしても、ネットワークに25万人以上が接続したとしても、マスコミの視線は冷たい。メガドライブ、セガサターンを応援してきたセガファンですら、ドリームキャストに対しては口を閉ざし、悲しげな笑みを浮かべているだけだ。あちこちから叩かれ過ぎて、まるでパンチドランカー状態のセガに、はたして反撃の糸口はあるのか。逆襲のチャンスはあるのだろうか。

セガ最後の賭け

決戦の場は北米市場 体力に懸念の声も

（『日経産業新聞』6月2日号）

攻!?

スタートで躓いたドリームキャスト

『日経ビジネス』6月14日号

（セガはドリームキャストを）昨年11月27日に発売したものの、画像処理用半導体の供給が滞り、年内100万台の出荷目標が50万台にとどまった。しかも、その後、有力ソフトがなかなか出てこない。3月上旬にSCEが次世代ゲーム機「プレイステーション2（仮）」の技術仕様を発表し、さらに任天堂の次世代ゲーム機に米IBMと松下電器産業が一枚噛むと明らかになったことが追い打ちをかけ、5月上旬にはハード、ソフトともに売れなくなってしまった。

危機1

ドリームキャスト売り上げ大不振!?

「年内に100万台を売り上げたい」。'98年11月27日、ドリームキャストの発売日にセガ入交社長が語った言葉は残念ながら叶えられなかった。ドリームキャストが当初の目標の100万台を出荷したのは、年を越し、翌年6月になってから。携帯ゲーム機ワンダースワンが発売後わずか5ヵ月で100万台の出荷を達成したのに比べると、やはり「売れなかった」。結局、セガにとってドリームキャストは破滅を呼ぶ恐怖の大魔王だったのだろうか……？

CSKグループ最終赤字174億円

セガが足を引っ張る

（『日本経済新聞』6月10日号）

危機2

'99年3月期 セガ450億円の赤字

なんでも450億の負債は、ドリームキャストのための先行投資と海外のアミューズメントセンターの低迷によるものだという。この発表から1カ月後、セガは株式店頭公開以来の最安値を記録。ちなみに450億円という金額は、

ドリームキャスト“大安売り”

（『産経新聞』6月2日号）

セガゲーム戦略混迷 経営陣の意志不統一 「業務」と「家庭」一貫性欠く

（『日本経済新聞』4月29日号）

カリスマ「中山隼雄」去って
どうなるセガの未来

(『週刊新潮』6月17日号)

セガ背水

(『日本経済新聞』6月2日号)

危機3

セガリストラ発表
従業員1000人削減
101店閉鎖

『日本経済新聞』4月30日号

セガ・エンタープライゼスの入交昭一郎社長は二十八日の東証で会見し、従業員の二五%に当たる約千人の人員削減や、ゲームセンター店舗の一割強に当たる不採算店百一店の閉鎖、役員報酬カットなどを柱とするリストラを発表した。九九年三月期決算に海外不採算事業の整理や既存家庭用ゲーム機関連の償却などで三百三十三億円の特別損失を計上、大幅な最終赤字となる見込みで、組織の見直しを含めた合理化で経営再建を進める。

セガ社員1/4 1000人リストラ

セガが全社員の1/4をリストラすると発表した99年4月末日。奇しくも日本の失業率は5%を超えた。長期不況の日本において、もはや1000人規模のリストラは珍しくない。しかし、ゲーム業界において、この規模の人員削除は初めての経験。セガはリストラクチュアの先駆者となるのか、それとも、これは単なる敗戦処理なのか。

(『週刊読売』6月20日号)

セガ「ドリキャス」投げ売りの土俵際戦略

セガ希望退職1000人募集開始

(『日経産業新聞』6月10日号)

崖っぷちの反

(『日経ビジネス』6月14日号)

“専務降格”なんかじゃ済まされない ゲーム機の新たな戦争が始まる

(『週刊読売』5月30日号)

社員も知らない命綱ドリキャス不発 ソニー追撃の淡い夢

(『AERA』4月5日号)

ドリームキャスト値下げ 流通業者に期待と困惑

(『日刊工業新聞』6月3日号)

セガ、ゲーム戦略混迷、2期連続の最終赤字発表

『日本経済新聞』4月29日号

セガ・エンタープライゼスは二十八日、海外大型アミューズメント施設の不振や旧型ゲーム期の在庫処分による特別損失三百三十三億円を計上し、九九年三月期の連結最終損益が約四百五十億円の赤字になる見通しだと正式発表した。連結、単独ともに二期連続の最終赤字となる。家庭用ゲーム機「ドリームキャスト」に起死回生をかける同社にとって重い足かせとなった。

人工衛星を打ち上げるのに必要な予算と同額だとか。しかしセガが発射した、この人工衛星は高くつきすぎたのかも。

逆襲のセガ

Feature Story 1

再興するゲーム帝国 その1

あえて反論す

セガはもう終わりなのか、ドリームキャストはダメなハードなのか。そんなことはない（断言）！前ページであげた3つの危機的状況にあえて反論する！　逆襲のセガはここから始まる。

危機への反論1　9900円効果

150万台

100万台

50万台

'98年11月

'99年7月

値下げ開始後の週間販売台数

1週目65,000台

2週目50,000台

※数値は概算であり、2週目は編集部の調査によるものです。

'99年6月24日 9900円値下げ

ソニーの犬型ロボット『AIBO』25万円也がわずか25分間で売り切れてしまった'99年6月1日。セガは一世一代の大ギャンブルに打ってでた。それまで29800円で発売していたドリームキャストを、なんと9900円値引きすると発表したのだ。しかも同時に初期の5タイトルを半額以下で販売するというのだから、まさに命懸けの出血大サービス。ところが、その報を受けたマスコミの報道は否定的な論調がほとんどを占めた。それも「安かろう、悪かろう」「ドリームキャストがつまらない、売れないから値引きした」という論理ばかりだ。なるほどゲームを知らないオヤジ読者どもも納得の単純明解なロジックといえよう。

しかし、よく考えてみよう。そんな単純な意見で見切ることができないのがゲームってものじゃないのか。価格を下げれば、つまらないゲームマシンだと決めつけたらゲームボーイに失礼だし、安価なソフトが駄作であるなら「テトリス」や「ポケットモンスター」なんてヒット作は生まれていないはず。

ドリームキャストは決して悪くない。実際、値引き後のドリームキャストは目の肥えたゲームファンを中心に「売れた」。なんと1週間で65000台ものドリームキャストが販売された。もちろん、値下げ発表後の買い控えの反動もあるが、2週目以降の売り上げも4～5月の停滞感を払拭する勢いだ。

では、今回のマスコミの大批判は何だったのか。それはたぶんマスコミやセガユーザーの間に蓄積していた「不信感」のツケ払いだったのだろう。サターンを「敗北」と見なした身勝手さ、アーケードゲームの不振。そんな「不信感」が大批判を呼んだのだ。批判はセガが生まれ変わるための贖罪。禊は済んだ。あとは前に突き進むだけだ。

ショップでの感触

ドリームキャストが値引きされて1カ月。店頭ではどんな動きがあったのだろうか。東京都内の量販店とゲームショップ数店をたずねると……。「値下げ発表（'99年6月1日）以後、しばらく買い控えが起こったのは事実。しかし、実際に値下げが始まってからは一時期の4～5倍の台数が売れている」「値下げした初日に60台の本体を売り上げました」とかなり快調の様子。一方、ソフトは「1990円のソフトは売り切れです」「ドリームキャスト本体が売れるようになったおかげで、新作タイトルも動くようになってきた」と、ドリームキャストは発売当初の勢いを取り戻した観がある。

1990円キャンペーンタイトル売り上げ
（6月24日～7月8日）

●「バーチャファイター3tb」	20,000本（計34万本）
●「SONIC ADVENTURE」	30,000本（計44万本）
●「GODZILLA GENERATIONS」	10,000本（計10万本）
●「ペンペントライアイスロン」	7000本（計 7万本）
●「July」	10,000本（計10万本）

※数値は概算であり、編集部の調査によるものです。

セガについては悲観的な要素が多いのですが、立ち直るための芽がまったくないわけではありません。私は、必要なポイントは案外シンプルだと思っております。

①エンターテインメントおよびネットワーク、これが両建てで理解できるトップマネジメントに入れ替えること。(今のトップでは社内がついて行かないような気がしますので)

②ゲームソフトとネットワークの仕組み・ノウハウに事業を集中すること。

この場合、自社プラットフォームへの固執はしないことがポイントでしょうか。いずれネットワーク化が進めばハコは飛ぶ可能性が高いですから、1つのプラットフォームに縛られるのは、むしろ自社のソフト資産やノウハウの有効活用を妨げ、重荷になるというリスクがありますので。

もちろん、今すぐハードを捨てろというわけではありませんが、ユーザーはDCというマシンについているのでなく、「サクラ大戦」であったり「バーチャファイター」であったりというタイトルについていると思われます。そうした人々自体がネットワーク化した時に、非常に貴重なコミュニティーを形成すると思われます(つまり一見さんでなく、そこに常時アクセスしてくれるユーザー層というのは貴重です。マーケティングの対象として絞りやすく、そのコミュニティーにどんな広告を出せば有効か、何を流せば買ってくれるかが把握し易いわけですから)。

この方向をはっきり打ち出して動くことができれば、セガの評価は変わってくると思われます。今問題なのは、金回りと経営の方向性にちぐはぐ感があることなので。ソフト会社としての価値がまだ高いうちに(人材の流出が進まないうちに)、経営を刷新し方向性をはっきり示すことが、社内の混乱を収め、社外からの理解を得られるものと考えております。建て直しに向けて、トップマネジメントの求心力をまず作らねばなりませんので。今はセガ社内とトップとが噛み合っていない懸念があるわけです。



大内裕人
イー・トレード証券
INT推進室

写真/福島正大

~~危機~~への反論2

森田光子 モルガン・スタンレー証券会社
東京支店 株式調査部

450億の負債とセガという会社の価値

ゲーム業界は栄枯盛衰が激しいので投資先としてはギャンブル的な魅力があるといえます。セガは'99年6月24日に株式公開以来の最安値を記録しました。これを底値だと考えることも可能ですので、セガファンの方は叩かれている今こそ「あえて」投資してみるのも面白いかもしれません。もちろん儲かると約束はできませんが。

ゲーム会社は結局ソフトによって投資先としての価値が決まります。社会現象を起こすほどのソフトが出ると一気に株価が上昇します。ドリームキャストのソフトで大ヒット作がでること。それが今後の課題です。

セガの現状は不透明なところが多いのです。たとえばドリームキャストのネットワークで何ができるのか。かつて任天堂はファミリーコンピュータとファミリーベーシックを使って「ファミリートレード」という株式購入の通信サービスをしていましたが、結局根付かなかった。ゲーム以外の用途でゲームマシンを使うのは難しいのではないか、という印象があります。低年齢層向けの通信端末は、投資家にとってはあまり魅力的に見えないのです。

おそらくセガはIR(インベスター・リレーション:株価と会社の価値の関係を投資家に正しく伝えていくこと)が不足しているのでしょう。ドリームキャストがどんな価値を持っているのか、もっと伝える努力をすべきです。欧米の発売も迫っていることですし、海外投資家が興味を示すようなIRを目指すこと。セガのブランドイメージは外国人から愛されてるのですから。

インターネットカンパニーに見る成功例

インターネットには金の鉱脈が眠っている? 今年の4月、YAHOO!の株式がなんと一株6000万円の値をつけた。これは時価でいうと川崎製鉄の株価総額を上回る。翌日には1000万円安を記録し、激しい変動ぶりを見せたが、ネットワーク関連企業の株式がいかに注目を浴びているか象徴的な現象だった。また、IBMの年間売上げの200億ドルの4分の1はネットワークを使った販売によるものだという。ネットワークはこれからの会社を動向を知るのに重要な要素なのだ。ドリームキャストでネットワーク事業を始めたセガ。これをビジネスとして成功させられれば、大きな財産となるだろう。

コラムアンプラグド1
セガフーリガン

熱狂的(狂信的?)なファンが多いことで知られるセガ。彼らのフーリガンなみの情熱はインターネットで見ることができる。セガのHP(http://www.sega.co.jp)ではBBSが大沸騰中だ。

一説には、40万人とも100万人とも言われるセガフーリガン。検索エンジンで調べたところ、右のような結果がでた。熱いぜ、セガ!

検索エンジンによるヒット数
(infoseek:7月8日時点)

セガ	39,980件
任天堂	12,011件
SCE	3,455件
(ソニー	401,825件)

http://www.infoseek.co.jp

逆襲のセガ

Feature Story 1

再興するゲーム帝国 その2

エンタテインメント産業は人が財産

キラ星のごとき セガ人材名鑑

ビデオゲーム参入から26年。その歩みを支えてきたのはやはり優れたクリエイターたちなのだ。ここでは、現在のセガを支える顔ぶれを一挙に公開。セガの未来は彼らの双肩にかかっている！

セガの底力は、優秀な人材作りの歴史にあり！

セガが先頃敢行した大リストラが、世間を大いに賑わせている。だがここで本当に恐れなければいけないのは、貴重な人材の流出ではないか…!? 実に深刻なこの不安は、杞憂に終わった。今までのセガの歴史を築き上げてきた歴戦の勇士たちはしっかりセガに根付き、そして未来を見据えていたのだ！ AM／CSの統合と整備により、さらに円滑に人材が生かせる態勢になれば——セガの未来はこれから拓かれるといっても過言ではないだろう。

また、セガブランドのソフトを影で支えてきた存在も忘れてはならない。有名どころでは「ワンダーボーイ」シリーズのウエストン、多くの移植作をこなしてきたシムスなど数多くの関連企業が、今もその力を発揮している。また、先頃セガから独立した「パンツァードラグーン」のチーム・アンドロメダといった存在も記憶に新しいだろう。有形無形のこうした人材こそ、セガというエンタテインメント会社の持つ本当の底力なのだ。



第二ソフト研究開発部 マネージャー

片岡 洋

①1967年4月13日
②おひつじ座
③神奈川県横浜市
④自転車
⑤GTLTS-3000
⑥「ファイティング・バイパーズ」シリーズ「ファイターズメガミックス」（ディレクター）
⑦「自信がないわけじゃないんですけど『今回も皆さんに遊んでもらえるかな』という不安が少しだけあって」（「ファイティング・バイパーズ2」について）



第二ソフト研究開発部 アソシエイトゼネラルマネージャー

大崎 誠

①1970年3月27日
②おひつじ座
③山口県岩国市
④麻雀、パチンコ、リトグラフ収集、（暇があれば）インドアカート
⑤未公表
⑥「デイトナUSA2」（ディレクター）
⑦（「デイトナ2」を作るにあたり）「MODEL3に『デイトナ1』を一度移植したんですが、ちゃんと同じタイムがでるまでやりました。超完全移植」



第二ソフト研究開発部 部長

鈴木 裕

①1958年6月10日
②ふたご座
③岩手県
④ワイン
⑤Dino
⑥「バーチャファイター」シリーズ「シェンムー」（プロデューサー）
⑦「特に僕の中で競争意識とかあまりなくて。でも、全力で飛ばしてきてますから。全力でやって、初めてみえてくるものもあるんですよね」（「シェンムー」に関して）



第一ソフト研究開発部 部長

中川 力也

①1959年10月24日
②さそり座
③東京都
④ドライブ、家族旅行
⑤ベンツワゴン
⑥「ザ・ハウス・オブ・ザ・デッド」シリーズ（プロデューサー）
⑦「NAOMIに関してはドリームキャストを意識して作っていますので、期待して欲しいですね」（DC版「ザ・ハウス・オブ・ザ・デッド2」について）



デジタルメディア制作部 サウンドクリエーター

瀬上 純

①1970年8月2日
②しし座
③生まれは日本三景の松島、その後、秋田→仙台→松島→川崎→パナマ→川崎
④音楽、キャラグッズ収集
⑤フォード・モンデオンワゴン（赤）
⑥「ソニックアドベンチャー」（サウンドディレクター）
⑦「（ソニックの）メインテーマは苦労しましたね。実は9回作り直しているんです。曲を作り始めた当初からビジュアル面も大きく変化しましたし、それに刺激された面もあります」



第二ソフト研究開発部 サウンドセクション

光吉 猛修

①1967年12月25日
②やぎ座
③福岡県
④テニス、歌
⑤HONDA CR-V
⑥「バーチャファイター」シリーズ「デイトナUSA」シリーズ「バーニングレンジャー」（ボーカル）
⑦「いま全日（プロレス）のマットでウルフの曲がかかったりするのを日曜日に目をこすりながらみてたりするんですよ。4年前に唄った曲が使われるというのはうれしいですよね」



第二ソフト研究開発部 マネージャー

岡安 啓司

①1966年2月11日
②みずがめ座
③東京都
④プロレス観戦
⑤マーチ（車に興味なし）
⑥「バーチャファイター2」移植（ディレクター）
⑦「要はポリゴンが非常に少なくても、デザインレベルでアーケードのキャラと全然違わないように見せられればいいわけです」（SS版「バーチャファイター2」について）



第二ソフト研究開発部 ゲームデザイナー

片桐 大智

①1968年8月25日
②おとめ座
③愛知県名古屋市
④ドライブ、車のチューニング、ゲーム、食べ歩き
⑤JZA80スープラ
⑥「バーチャファイターシリーズ」「ファイティング・バイパーズ」シリーズ（プログラマー）
⑦「とりあえず、本作は"愛"のあるプレイヤーが勝つってことで」（「ファイティング・バイパーズ2」について）



第三ソフト研究開発部　マネージャー
亙　重郎

①1964年12月11日
②いて座
③東京都
④いろいろ
⑤内緒
⑥「電脳戦機バーチャロン」「電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム」
⑦「僕が"遊び"に挑む理由は"遊びの中のコミュニケーションを通して、人の本性が見える"ことなんです。それは、格闘対戦ゲームでもいいし。モノポリーでもいい」



第三ソフト研究開発部　部長
小口　久雄

①1960年3月5日
②うお座
③長野県
④ビリヤード
⑤タクシー（自腹）
⑥「どきどきペンギンランド宇宙大冒険」（セガマークⅢ）「スーパーモナコGP」
⑦「僕はSG-1000の頃からだから10年以上セガにいますけど、ずっと同じことを繰り返してるじゃないですか(怒)！」「今、業界全体を見て思うのは"もっと頭を使え"ということ」



デジタルメディア制作部　サウンドクリエーター
佐々木　朋子

①9月27日
②おとめ座
③青森県
④映画、マンガ、ショッピング、におい
⑤乗り物酔いをする為、乗り物は苦手(特に飛行機は乗れない)
⑥「ナイツ」メインテーマ作曲
⑦「私、「ナイツ」のサントラは冷静に聞けないんですよ。でも、このCD（ソニックチームベストアルバム）は毎日聴いています。ナルシストじゃないんですけど（笑）」



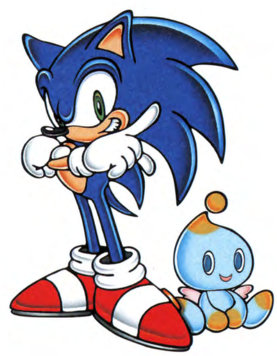
デジタルメディア制作部　部長
牧野　幸文

①1964年11月1日
②さそり座
③愛知県
④アクションフィギュア収集
⑤なし
⑥『ソニック』シリーズ（サウンドマネジメント&プロデュース）
⑦「『ドラマとか映画ではできない、ゲームならではのサウンド作り』ということが、僕らのやりたいことなんです」



第四ソフト研究開発部　部長
名越　稔洋

①1965年6月17日
②ふたご座
③山口県下関市
④しょっちゅう変わります。今はアクセサリーを買うこと
⑤故障中のフェラーリ・ディノ（1974年式）
⑥「デイトナUSA」「スパイクアウト」（プロデューサー）
⑦「率直なことをいえば、AMは間違いなく一度追い込まれますよ。ハード的なアドバンテージもなくなりましたから。でも、それだけに今度は知恵を絞り出す機会がでてくる」



表内の見方について

表内の数字は、それぞれ以下の内容を示しています。また①～⑤に関しては、すべて自己申告となっていますのでご了承の上お楽しみ下さい。（編集部）

①生年月日　②星座　③出身地　④趣味　⑤愛車　⑥代表作　⑦近年の名言・発言（雑誌インタビューより）



第五ソフト研究開発部　マネージャー
谷口　潤

①1970年2月4日
②みずがめ座
③生まれは横浜市、育ちは大阪
④無茶
⑤ゴルフとラジコンのインプレッサ
⑥DC版「セガラリー2」（プロデューサー）
⑦「我々はアーケードの人間ですが、ドリームキャストと家庭用ハードに対するノウハウにも自信があります」（DC版「セガラリー」について）



第五ソフト研究開発部　部長
佐々木　建仁

①1968年5月4日
②牡牛座　③宮城県
④ドライブ・旅行など
⑤フェラーリF355Bフィオラノ・SPOONシビック
⑥「セガラリー」「セガラリー2」「セガ・ツーリングカー」「スターウォーズ・トリロジー」（ディレクター&デザイン）
⑦「プロデューサーとして常々心がけていることは、日々の目の前の作業にながされずプロジェクト立ち上げ時にこれだけは実現したいと思ったことを、妥協せず進めていくこと」



第四ソフト研究開発部　マネージャー
加来　徹也

①1968年8月16日
②しし座
③福岡県北九州市
④ゲームをやること。最近はネットワークゲーム
⑤ディアマンテ
⑥「バーチャファイター3」「スパイクアウト」（プログラマー）
⑦「こんなにすごいものが家庭で遊べる時代になったというのは、本当に驚きです。移植スタッフには敬意を表したいですね」（DC版「バーチャファイター3tb」について）



第四ソフト研究開発部　アソシエイトゼネラルマネージャー
三船　敏

①未公開
②未公開
③未公開
④未公開
⑤未公開
⑥「バーチャストライカー」シリーズ（プロデューサー）
⑦「僕も、プレイヤーの立場としてただ新しいゲームが出るよりも、自分がやってきたゲームが引き続いてできるというのがあってもいいと思うんですよ」（「バーチャストライカー」の続編リリースについて）



AM関連開発部　部長
松野　雅樹

①1963年2月21日
②うお座
③広島県呉市
④モータースポーツ参加＆観戦、ドライブ、サッカー（フットサル）、モデルカー
⑤HONDA S2000（もちろん黄色）
⑥「R360」他、体感ゲーム（筐体設計）
⑦「"NAOMI"では『アーケードは面白いんだ』ということをいろいろ提案していけるんじゃないでしょうかね」（基板の可能性について）



第九ソフト研究開発部　部長
水口　哲也

①2475年5月30日
②ふたご座
③地球
④瞑想
⑤スピーダーバイク
⑥「セガラリー」「セガ・ツーリングカー・チャンピオンシップ」（プロデューサー）
⑦「面白いものは8ビットのゲームでも面白い。別にCGとか3次元でなくても。そういう当たり前のことをやるだけです」



第八ソフト研究開発部　部長
中　裕司

①1965年9月17日
②おとめ座
③大阪府
④ドライブ
⑤ポルシェカレラ2、フェラーリF355Bフィオラノ
⑥「ソニック」シリーズ（プロデューサー）
⑦「今は当分ネットワークのことをやりたいんで『ネットワークによる世界再制覇』とかかな、Dr.エッグマンじゃないけど(笑)」「ソニックチームらしく、いい夢を見せたいですよね。」



第七ソフト研究開発部　部長
大場　規勝

①1963年2月20日
②うお座
③東京都
④アメリカンフットボール（セガ サンダーボルト所属）
⑤E39A
⑥「サクラ大戦」「サクラ大戦2」（ゲームプロデューサー）
⑦「"サクラ大戦"は普通の恋愛シミュレーションものと違って、お父さんお母さん、おじいじゃんおばあちゃんにプレイしてもらっても結構楽しめる、非常に健全なゲームを目指しています」

逆襲のセガ

Feature Story 1

再興するゲーム帝国 その3

AM+CS

アーケードゲーム市場低迷、ドリームキャストはイマイチ。セガの2本柱はいずれも不安定な状況にある。そこで繰り出した秘策の一手がAM開発研究部+CS開発研究部の統合。これでゲームはどう変わる?



アーケード最高水準のスペックにして手頃な価格。

AM、CS統合で何が起こる?

抜本的な組織改革でセガ社内をボーダーレス化

「セガは変わりましたよ!」

ドリームキャストのテレビCM内で子供が叫んでから半年。時代の要求か、経営の方向転換か。いよいよ(やっと)セガが変わりはじめようとしている。

その手始めが組織改革。なんと'99年度初頭より、セガのエースAM開発研究部とドリームキャストを支えるCS開発研究部が1つに統合されたのだ。

「これまで家庭用と業務用のゲームの研究、開発はそれぞれの部署が各々行ってきました。しかし今や家庭用ゲーム機と業務用基盤のスペックはほぼ互角と言えるほどになっています。そこで家庭用と業務用の組織を統合することによって無駄を減らし、シナジー効果を狙う。今回の組織改革にはそんな意味があります」(セガ社長室・広報企画室・鈴木克理氏)

かねてよりアーケードから家庭用ゲーム機への移植をCS開発研究部が行なったり、ドリームキャストのキラータイトル「シェンムー」をAM2研が制作するなど、AMとCSは徐々に接近を計ってきた。なるほど統合後の組織ならば、アーケード版とドリームキャスト版を並行して開発する、なんてこともできそうだ。

もはやアーケードとコンシューマーに壁はない。そんな現在のボーダレスなゲーム状況を反映した、セガなりの改革の第一歩。その意気込みや良し。



ドリームキャストの互換アーケード基板「NAOMI(ナオミ)」。他社へも提供する。

NAOMIとDCの連動

アーケードゲームが売れない。儲からない。'80年代後半には6000億円市場といわれたアーケードゲームの収益は'90年代に入り大きく落ち込み、'98年度には4900億円となってしまった。その市場の縮小を食い止めるアイデアが家庭用ゲーム機との連動である。

セガのNAOMIは高性能グラフィックエンジンとドリームキャストとの高い互換性をもつアーケード基盤である。現在13社のゲームメーカーが開発に参加する、この基盤ではビジュアルメモリを使ったドリームキャストとの連動が可能だ。家から外へ、外から家へ。テレビゲームの遊び方をパラダイムシフトさせる試み。"NEO GEO"から続くこの挑戦に花を咲かせるのは"NAOMI"なのか?



「ジャイアントグラム〜全日本プロレス2 IN 日本武道館」DCとNAOMI版のレスラーが対決可。

'99年4月1日以降	'99年3月末まで
1〜9ソフト開発部 + 未来研究開発部 (体感筐体の開発) メカトロ研究開発部 (コインゲーム プライズマシンの開発)	AM: 1研 2研 3研 4研 5研 6研 11研 12研 + CS: 1研 2研 3研 4研

AMとCSが統合されたのは、'99年5月11日。この日より、それまでAMとCSと分けられていた部署は統一され「ソフト開発部」という名称となった。なお、旧AM4研がおもに担っていたアーケード体感筐体の開発は「メカトロ研究開発部」の担当に、旧AM6研が制作していたコインゲーム、プライズマシンの開発は「未来研究開発部」が担当する。これまでブランドイメージを確立してきたAMの各研究部署は、名称を変更しただけに留まり、チーム編成の変更はない。

AM、CS統合後の組織

組織変更後は各部署が独自で研究してきた技術的ノウハウを共有することで、開発のスピードアップとアーケードとコンシューマー間の移植のスピードアップを計る。コンシューマーゲームとアーケードゲームに技術的な格差がなくなってきた昨今。すぐに大ナタをふるい、リストラクチャーをするとはセガらしからぬ対応の早さ(!?)。その本気の度合いがうかがえる。

AM、CSの歴史

家庭用ゲーム(CS)

'83 SC-3000 SG-1000 発表
セガ初の家庭用ゲームマシン。SC-3000は汎用コンピュータとしての機能もあわせ持っていた。

'84 SG-1000Ⅱ 発表
SG-1000の後継機。パッドの改良などのマイナーチェンジが施された。ソフトのラインナップも徐々に充実。

'85 セガマークⅢ 発表
対抗馬であったファミコンを強く意識し、ハード能力を強化した上位機。アーケード派のファンにも支持された。

'87 セガマスターシステム 発表
互換性を保ちつつオプションハードを搭載。同時期にPCエンジンが発表されたこともあり売り上げが伸び悩んだ。

'88 メガドライブ 発表
16ビットCPUを搭載した新型マシン。アーケードの人気タイトルの移植で人気を呼び、特に欧米で大ヒットした。

'89 「ヴァーミリオン」
体感チーム(AM2研)が手掛けたことが話題となった3D型のRPG。BGMも同社のSSTバンドが制作する力の入りよう。

'91 「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」
海外でのメガドライブ快進撃の足掛かりとなったヒット作。主人公ソニックが人気となりセガの看板タイトルに。

'94 セガサターン発表 「バーチャファイター」
アーケードの人気作をひっさげて登場したハイスペック機。プレイステーションと熾烈な競争を演じていく。

'95 「バーチャファイター2」
アーケードの超人気タイトルの移植が次々に行われ、アーケード派のファンから高い支持を得ていくことになる。

'97 「ダイナマイト刑事」
アーケードのサターン互換基盤ST-Vからの移植作として話題に。だがST-Vとの連携は当初の期待ほど多くなかった。

'98 ドリームキャスト発表
高い描画能力を誇り現時点でコンシューマー最高性能を誇る。モデムを搭載し、簡単にインターネットを楽しめる。

'99 「パワーストーン」「THE HOUSE OF THE DEAD2」
アーケードのNAOMI基盤からの移植作が相次ぐ。いずれもアーケードと遜色ない完成度で、今後にも期待。

業務用ゲーム(AM)

'70s

'73 「ポントロン」
セガのアーケード第1弾。アタリ社の「ポン」にも似た、シンプルなスタイルのパドルアクション。

'79 「モナコGP」
ヒットを記録した、縦スクロール型のレースゲーム。大型筐体を採用しており、後の体感シリーズの礎ともなった。

'80s

'85 「ハングオン」「スペースハリアー」
体感シリーズが次々にリリースされ、大ヒットを記録していく。次第に「大型筐体のセガ」のイメージが定着。

'86 「アウトラン」
疾走感溢れる3D視点のドライビングゲーム。前後左右に可動する大型筐体はプレイの一体感をもたらした。

'87 「アフターバーナーⅡ」
高速ドッグファイトが楽しめる3Dシューティング。映画『トップガン』のヒットもあいまって大人気となる。

'88 「テトリス」
ロシア生まれの落下型パズル。サラリーマンや女性にも広がり大ヒットとなる。落下型パズルのブームのきっかけに。

'90s

'90 「G-LOC」「コラムス」
全方位360度可動という筐体「R-360」が登場するも大型筐体ブームは下火に。が、落下型パズルなどのヒットが続く。

'92 MODEL1基板 発表 「バーチャレーシング」
フルポリゴンを可能にした新型基板を採用。路面とのグリップなど、緻密な演算によるリアルな走行感がウリ。

'93 「バーチャファイター」
世界初のフル3Dによる格闘を実現した、革新的な対戦型格闘。一躍「AM2研」の名を世界に知らしめた。

'94 MODEL2基板 発表 「バーチャファイター2」
基板の性能向上により映像が格段に進歩。前作を越える大ブレイクを記録し、アーケードでの対戦が加熱した。

'96 MODEL3基板 発表 「バーチャファイター3」「バーチャストライカー2」
MODEL2をさらに越える、脅威的な映像を実現。視覚的により進化を遂げた、人気作の続編が次々に登場してくる。

'98 NAOMI基板 発表
ドリームキャストと互換を持つアーケード基板。アーケードとコンシューマーとの垣根を取り払うことに成功。

ポスト「プリクラ」次なるヒット作を模索

社会現象にもなった「UFOキャッチャー」(セガ)や「プリント倶楽部」(セガ+アトラス)。かつては一世を風靡した、これらのマシンも今やお寒い状況だ。アーケードは冬の時代を迎えている。そこで新生セガが新しく打ち出したのが「体感と空間演出」というコンセプト。そもそも体感ゲームはセガの十八番。職業シリーズ「消防士」やフェラーリのドライビングシミュレーター「F355」をリリースすると同時に、ゲームセンター内に体感ゲーム専用のコーナーを設置。テーマパーク的な空間作りを模索している。家庭では味わえないゲームの面白さを追求すること。それがアーケード再興への道だ。



「F355チャレンジ」フェラーリの操縦感覚をどこまでもリアルに追求したシミュレーター。開発を手がけたのは鈴木裕氏率いるソフト2研。

試行するアーケード

キーワードは「体感」と「空間演出」



「消防士 BRAVE FIRE FIGHTERS」ホースを持ち、画面上の炎を消していく体感ゲーム。

写真/遠藤 勝(下も)



「パウダールーム」男子禁制の化粧直し用スペースも完備。店内は全体的に女の子向けの雰囲気だ。



「ダービー・オーナーズ・クラブ」最大8人まで参加可能な競馬ゲーム。ICカードに自分が育てた馬のデータを記録し、何度も育成可能。現在は試験稼働中とのこと。

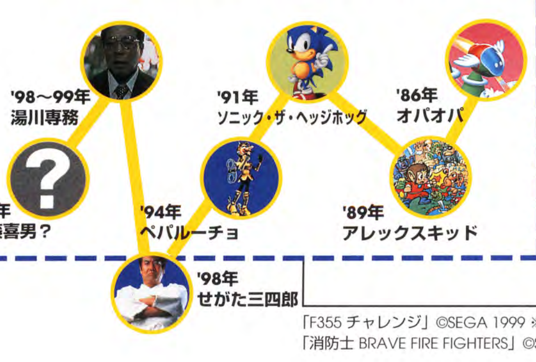
渋谷GiGO アミューズメントセンターの救世主は女性なのか?

低迷ぎみのAM事業だが、そんな中、渋谷GiGOが6月26日にオープンした。コンセプトは「オンナのためのゲームパーク」。どこかバブリーな雰囲気を感じなくもない……が、この渋谷GiGOが予想以上の盛り上がりを見せている。例えば最新作の「ダービー・オーナーズ・クラブ」。「平日の夜は最大1時間半待ちの行列ができることも」とスタッフ。客の顔ぶれはカップルや男性とさまざまだが、ICカードを使って自分の馬を育て、繰り返しプレイする新しい形が受けていることは確かで、これはセガにとって追い風といえそう。

コラムアンプラグド2

セガイメージキャラクター その変遷と歴史

マスコットとなるキャラクターをもつメーカーは少なくないが、セガほどその入れ換わりが激しいメーカーもないだろう。改めて並べてみると、往年のファンには感慨ひとしおか。ところで、なんだか年々更新のペースが早まっているような……? ともあれ、早々に降板したキャラクターのみなさん、おつかれさまでした。



逆襲のセガ

Feature Story 1

再興するゲーム帝国 その4

インターネットビリーバー

「我々は Internet Believerだ」入交社長は可能性を信じている。今、セガが全力をそそいでるインターネット事業。その姿を探る——。



「ドリームパスポート2」ドリームキャスト最新ブラウザ。JAVA対応など大幅にパワーアップ。

テレビ電話？ MP3？
ネットワークの未来像

ドリームキャストがテレビ電話にもMP3にも対応する？ 6月1日のセガニューチャレンジカンファレンスで入交社長はテレビ電話構想に触れ、周辺機器となるテレビカメラを年内に発表、さらにHEATと連動するビデオチャットサービスを来年開始する予定を語った。最終的には頓挫してしまったが、セガは'96年にNTTと提携し、セガサターン用カメラとマイクを発売するという構想を持っていた。セガにとっては積年の夢であるこのテレビ電話、ぜひ実現してほしいところだ。

一方、急に飛びだしてきたのがビジュアルメモリが、いま話題のデジタルオーディオ規格・MP3（MPEG-1 AudioLayer3）に対応するという話。マリーガルマネジメントが提案するこのアイデア、著作権などの多くの問題をはらむため実現には困難を要すると思われるが、もし現実化すれば、音楽流通の変革に一石を投じることは確実といえそうだ。

HEAT！

「ドリームキャストのネットワークゲームって、やっぱ処理落ちするね」「某社が通信対応の格闘ゲームを作ろうとテストしたら、パラパラマンガみたいだったってさ」そんな陰口を払拭するように、セガはついに高速ネットワークの構築にうって出た。

「主要各国の光ファイバー網の周辺にサーバーを設置し、ドリームキャストから高速で接続するサービスを秋にも始める。サーバーは米国に200台。欧州に50台。日本に1～2台、それぞれ既存の光ケーブルの周辺に人口分布に応じて設置。セガと筆頭株主であるCSKが総額100億円を投じ、両社が出資するセガ・ソフトネットワークス（カルフォルニア州）がサーバーを管理する」（日経産業新聞5月31日）

この高速ネットワークの名称は〝ドリームキャストHEAT〟。光ファイバーは'97年からNTTが本格的に商用導入したばかりの最新の通信網で、なんとアナログの8000回線分のデータ量を送ることができるという。

ドリームキャストはセガ10年の夢を継げるか!?

欧米ではドリームキャストが発売される9月に向け、このHEATを国内より一足先に実施するようだ。「最大20万人が同時アクセス可能で、ネットワークゲームでは困難だったドライブや格闘ゲームなど高速性を要するゲームをネット上で不特定多数のユーザーと楽しむことができる」（前出同紙）

通信速度によるディレイの減少もさることながら、同時に20万人がアクセスできるという点に興味はつのる。もし、20万人同時のチャット（もはやチャットとは呼べない？）ができたら、そこには単なるコミュニケーション手段を超えたサイバースペースのようなものが誕生しないだろうか？ 振り返れば10年来、セガが挑み続けてきたネットワークの夢。これが果たしてドリームキャストで無事に花開くか否か、すべてはあと数カ月後にわかるのだ！

「DCチャット事件」

ついに起きてしまったか。というのが第一印象だ。事件はセガの膝下、ドリームキャストの公式チャットサイト（http://www.dricas.com）。福井県の男子中学生が'99年5月に同級生の女子の名前と電話番号を書き込んでしまった。その結果、女子学生の家に全国からいたずら電話がかけられたのだ。この事件は新聞などでも騒がれたので御存知の方も多いはず。残念ながら、この後セガはドリームキャストの「チャット」サービスを停止してしまった。臭い物にはフタ的な安直な判断とも言えるが、一種の「通過儀礼」としてネット上のマナーを議論する絶好の機会となりそうだ。

これとは別に「ドリームパスポート2」では子供が有害（と認定される）サイトにアクセスできないように保護者が設定できるペアレンタルコントロール機能がついた。ネットワーク人口の増加に伴ってセガはどのようにコモンセンス作りの舵取りを行っていくのだろうか。セガの手腕に注目したい。

コラムアンプラグド 3

幻のゲーム図書館

メガモデムによるサービス「ゲーム図書館」では毎月新しいゲームをダウンロードしてプレイできるという先進的な試みがなされた。モデムが低速であるなどの環境的条件から小振りなゲームしかリリースできなかったが、それが逆にアイデア重視のユニークな作品を生んでいたことは意外に知られていない。逆境にこそ育つ花もある？

通信技術に挑んだ果敢なる歴史
セガ・ネットワーク10年史

いち早く通信機能に着眼し、通信サービスを積極的に展開してきたセガ。その苦難に満ちた経験こそが、今日のアドバンテージとなっているわけだ。まさしくドリームキャストは一日にしてならず。ここではその10年にわたる、ネットワークへの挑戦と挫折の歴史を一気に紹介してみたい。

'90年 家庭用ゲーム機初の通信サービス メガモデム

コンシューマー初のネットワーク機器として登場した、メガドライブ用のオプションハード。旧来のパソコン通信と同様のクローズドなシステムを採用しており、セガのホストコンピュータに直截アクセス。ゲームの最新情報やネット専用のゲームソフトをダウンロードできたほか、通信対戦（対応ソフトのみ）も楽しめた。が、通信コストの高さや新作情報などの更新の遅さ、対応ソフトの不足など数々の問題から普及には至らなかった。合掌。定価12,800円（ゲーム図書館サービス同梱）。



'96年 インターネットにもXBANDにも接続できるセガサターンモデム

手軽にインターネットやニフティサーブへのアクセスができる、セガサターン専用のモデム。通信速度は14400bps。プリペイトカードによる課金で対戦ゲームが楽しめる「XBAND」も利用できるのが大きな特徴だ。対応ソフトとしては「バーチャファイターリミックス」「電脳戦機バーチャロン」など10タイトルがリリースされ、一時は話題にもなった。'99年の7月にXBAND最後の公式大会がこっそりと開催され、7月末にはXBANDのBBSも終了となった。合掌。定価14,800円。



'99年 ネットワーク戦略結実の時!? ドリームキャスト

本体に通信速度33600bpsのモデムを同梱、しかもセガ自らがプロバイダサービスを敢行したことでネット普及率は飛躍的に高まった。現在のネット可動率は、ドリームキャストユーザーの約30%といわれており、一気に広がった観がある。なお、'99年9月に発売となる欧米版のドリームキャストには56000bpsのモデムが同梱される予定だ。

Web Money

ネットワークをビジネスに DC7月より課金制導入！

さて、ドリームキャストで本格的に始まったセガのネットワーク戦略だが、財布を開くと莫大な赤字を抱えているのが現実だ。その一番の原因として、セガのプロバイダー接続料金が現在無料となっていることがあげられるだろう。当初は今年の4月上旬より有料化するという予定だったのだが、結局、無料期間の延長を発表したのだ（期限は未発表）。

ドリームキャストのネットワークは言ってしまえば、ビジネスではなくボランティア。いくら25万人のユーザーが接続（'99年1月発表）しようとも、一円も一銭も儲かっていないのだ。

ところが、ここに来てセガはとうとうネットワークの有料化を打ち出した。手始めはネットワーク対応のゲームから有料化していく。予定では「プロ野球チームをつくろう」や「Jリーグプロサッカークラブをつくろう」のトーナメント大会、「あつまれ！ぐるぐる温泉」などが対象となっている。

課金には「ドリム」という仮想通貨を使用。クレジットカードまたはWeb Moneyを使って1ドリム＝1円で購入し、そのドリムをネットワーク上で支払うことによってゲームが楽しめるようになる。

やってくるのか？ 電子マネーの時代

ネットワークの課金において、いつも問題となるのが決算方法だ。ネットワーク上のほとんどの決算はクレジットカードで行なわれている。これは、ネットワークを使用するユーザーの平均年齢が高いことがおもな理由だ。しかし、ドリームキャストのユーザーの平均年齢層はあきらかに低い。クレジットカードに加入していないユーザーも多いだろう。そこでセガが採用したもうひとつの方法がWeb Moneyだった。

Bit Cash、iCash、Visa Cash、そしてWeb Money……。これまで数多くの電子マネーが実験的に市場に投入されたが、どれも広く一般化するには至っていない。現在はデファクトスタンダードの座を競い合っている状況だ。

今回、ドリームキャストが採用したWeb Moneyとは、セガの母体CSKグループの一員アスキーサムシングッドが運営している電子マネーだ。コンビニエンスストア（サンクス）や、ドリームキャストパートナーショップで購入することができる。カードの裏面には銀色のスクラッチ部分がついており、購入した後にそこを削ることで、16ケタのカード暗号を入手する。使用（支払い）の際は、この暗号を入力するというシステムになっているのだ。スクラッチカードと16ケタの暗号という方式はかなり回りくどい。しかしネットワーク上のセキュリティは未成熟。ここまでしないと安全に買物はできないのが現状だ。

セガの自信と電子マネー構想

かつてサターンでXBANDサービスを実施したとき、セガは課金用のプリペイドカードとしてメディアカード（100度数／2000円）を販売した。最初のうちは、ユーザーの間で混乱があったものの、XBANDがマニアの間で定着してからはメディアカードはすんなりと受け入れられた（販売店舗が少ないなどの問題はあったが）。この過去の実績と経験がWeb Moneyの採用に大きな自信となっているようだ。

来年4月からはドリームキャストでオンライン馬券購入サービスを実施するという。これまでネットワークにおいて収益があがるようなビジネスモデルを見事に構築した例はほとんどない。もし、セガがドリームキャストとWeb Moneyを使ったビジネスモデルを構築できたとしたら、ネットワーク史のエポックになりうる出来事になるだろう。

逆襲のセガ

Feature Story 1

再興するゲーム帝国 その5

セガの市場は日本のみにあらず
ドリームキャスト欧米で大好評

ラッキーナンバーは9？　欧米ではドリームキャストは9月9日から、199ドルにて発売されることになった。その発表に、現地のユーザーは興奮気味だ。逆襲のセガは欧米にあり？



E3会場はセガファンでぎっしり。ドリームキャストのソフトに大喜びだ。日本でおなじみのタイトルも多数発表。

アメリカ、イギリスでは歓迎ムード
セガ最強伝説・イン・アメリカ

ジェネシスの時代が再びやってくるのか！　国内がイマイチふるわなくても、海外で大ブレイク。そんな構図がもう一度現実になりそうだ。

5月13日、アメリカで最大のゲーム見本市、E3（エレクトロニック・エンタテインメント・エキスポ）会場。

そこでドリームキャストは拍手を持って迎えられた。会場に訪れたユーザーはそのグラフィックに驚き、セガのネットワーク構想を歓迎したのだ。その日、セガはソフト18タイトルを発表。中でも評判が高かったのはアメフトのゲーム「NFL2000」だった。

待望の欧米でのドリームキャストの発売日は9月9日。すでに予約台数は7月8日現在で10万台。予定出荷台数は欧米で目標240万台というからどこまでも強気だ。ソフトはクリスマスシーズンまでに30タイトルを発売！　2000年末までには100タイトルを予定しているとのこと。

一方、発売の下準備も着々と進行中。セガはアメリカの大手ゲームソフトメーカー、ビジュアル・コンセプツを買収。プロパガンダとしてMTVやコカコーラとタイアップを計画している。欧州ではイギリス・プレミアリーグのチーム、アーナセルと3年間のスポンサー契約を結び、ユニフォームにセガのロゴを入れることに成功した。

アメリカでヒットした洋ゲーは日本ではなぜか苦戦することが多い。日本のドリームキャスト否定ムードに対して、欧米での支持ぶりを見ていると「そういえばドリームキャストってもともと洋ゲー的な雰囲気があるな」なんて納得してしまうのは気のせい？

グローバル・ネットワーク戦略

セガが動き出した！ アメリカとヨーロッパの通信最大手とセガが提携

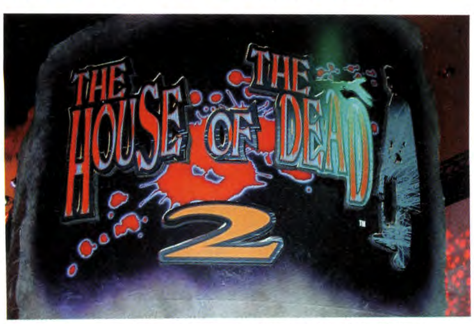
9月のドリームキャスト欧米発売に備えて、いよいよセガが動き出した。まずイギリスの通信大手ブリティッシュ・テレコムと提携。日本国内同様、ヨーロッパでのプロバイダー接続料金を無料とすることになった。また現在、セガ・オブ・アメリカは通信最大手AT&Tとも交渉中。欧米は通信料金の安さや、インフラの整備からネットワークが広く普及している。欧米でのドリームキャスト普及の基盤になることは間違いないだろう。

BT、AT&Tとドリームキャスト

英国の国内および国際通信サービスを提供するブリティッシュ・テレコム（BT）。ヨーロッパで最大の通信網を持つ大御所BTがアメリカ最大の通信会社AT&Tと、日本テレコムと提携することになった。この提携が目指すのは、世界52カ国が相互接続する国際通信合弁会社「グローバル・ベンチャー」の設立。もしもドリームキャストがその「グローバル・ベンチャー」のネットワークに接続できれば、一気に世界へつながることになる！

ジェネレーション・ジェネシス
あの夢をもう一度

メガドライブのアメリカ版“ジェネシス”が、アメリカでスーパーファミコンを寄せつけないほど大ヒットしたことは記憶に新しい。その勝因は徹底した比較CMだった。ドラッグカーに「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」のテレビ画面を載せ、ポンコツ車に「スーパーマリオカート」のテレビ画面を載せる。その車同士が競争させたのだ。コピーは「ジェネシス&ソニック＝Super Fast Action！」。このCMのおかげで、ソニックはマリオを越えるスターとなった。ドリームキャストよ、ジェネレーションジェネシスの魂を受け継げ！



E3はサンフランシスコで開催。400社1600タイトルが出展。

再興するゲーム帝国 その6

国内17社、海外20社
グループ企業のシナジー効果が生むパワー

**セガってこんなに大きなグループ企業なんだ！
セガグループの人気会社をピックアップして紹介**



SEGA セガ・エンタープライゼス



創業は'51年。創業当時はService Games Japanとしてジュークボックスを進駐軍に納品する会社だった。'60年国産初のジュークボックス「セガ1000」を発売。'65年に頭文字のSeとGaを取ってセガに社名を変更。'84年、CSKグループの資本参加によりグループの一員となる。現在は、北は北海道から南は沖縄まで日本全国700以上のゲームセンターを直営。めざすは家庭用ゲーム、業務用ゲームの二階級制覇！代表取締役社長は入交昭一郎（通称イリさん）。

セガカラ大人気

セガミュージックネットワーク

'94年に設立。カラオケを配給するだけでなく、自社でハードも制作している。ヒット商品の通信カラオケ「スーパープローグ21」（通称セガカラ）は39,000台を全国で出荷。収録曲は16,000曲にも及ぶ（いずれも数値は7月現在のもの）。セガカラは一般にアニメソングのラインナップが豊富だといわれているが、最近人気なのはカラオケの楽曲を携帯電話の着メロ入力表に変換する「ケータイメロディ工房」。カラオケのヘビーユーザーの女子高生にブレイク中。ゲームとは違うユーザーを獲得した。社長は三森茂樹。

SEGA MUSIC NETWORKS CO.,LTD.



PICO大好調

セガトイズ

SEGATOYS



'85年にセガ・エンタープライゼスTOY製品製造・販売開始。'98年にセガテックとセガ・ヨネザワが合併したことでセガトイズ設立。セガトイズはグループの中の成長株として注目を浴びている。中でもヒット商品のキッズコンピュータPICOは発売6周年。今年3月には販売台数210万台を達成した。PICOはタブレットとタッチペンを使ってテレビ画面と専用ソフト（絵本）を使いながら遊ぶ、斬新な知育コンピュータ。今日もセガチルドレンをどんどん生み出していることだろう。代表取締役社長は国分功。

ドリームキャストを核にグループ会社がつながる！

玩具、通信カラオケ、印刷、音楽出版、飲食店舗、損害保険代理店……。なんとセガの子会社は国内17社、海外20社も存在する。これらの会社の力があるから、セガはドリームキャストやG-GOといったアグレッシブなビジネスを展開できるのだ。ドリームキャストによりネットワークを手に入れたセガの次なる一手は、グループ会社同士のより密接な連携。ドリームキャストからセガカラが流れる日も近い？

ドリームキャストをガンガン売ります

SEGA MUSE セガミューズ

セガのゲームソフト、家庭用ゲームハードを日本全国のショップに流通する会社。ドリームキャストの販売においては、問屋や代理店を通さず、セガミューズがショップと契約を結ぶことで直接販売するスタイルを採用している。現在、その特約店（ドリームキャストパートナーズショップ）は日本全国で約5000店を越える。社長は安東実。

映画も作る！ CMも作るニューフェイス

エイティーワン・エンタテインメント

セガのプロモーション会社。130億円を使って「湯川専務」などのCMを仕掛けた、あの秋元康氏が社長。その人脈と企画力で、さらなるセガの企業イメージアップを目指す。現在はネットワークを使った連続ドラマ「グラウエンの鳥籠」（10月1日より開始、主演・吉野紗香）の企画や森光子主演映画を制作中とのこと。

セガアンプラグド 5

セガ社内体制 キングギドラから あしゅら男爵へ

これまでセガはキングギドラだった。というのもCSK大川会長、セガ中山隼雄副会長、セガ入交昭一郎社長の3人が経営のイニシアチブを握っていたからだ。3人はドリームキャストの発売時期をめぐり衝突。結果、中山副会長はセガから退陣した（現パソナ会長職）。キングギドラ(3頭)からあしゅら男爵(2頭)へ。一心同体となったセガの逆襲が始まる？

フジテレビを独占!? セガ＋秋元康の プロモーション戦略

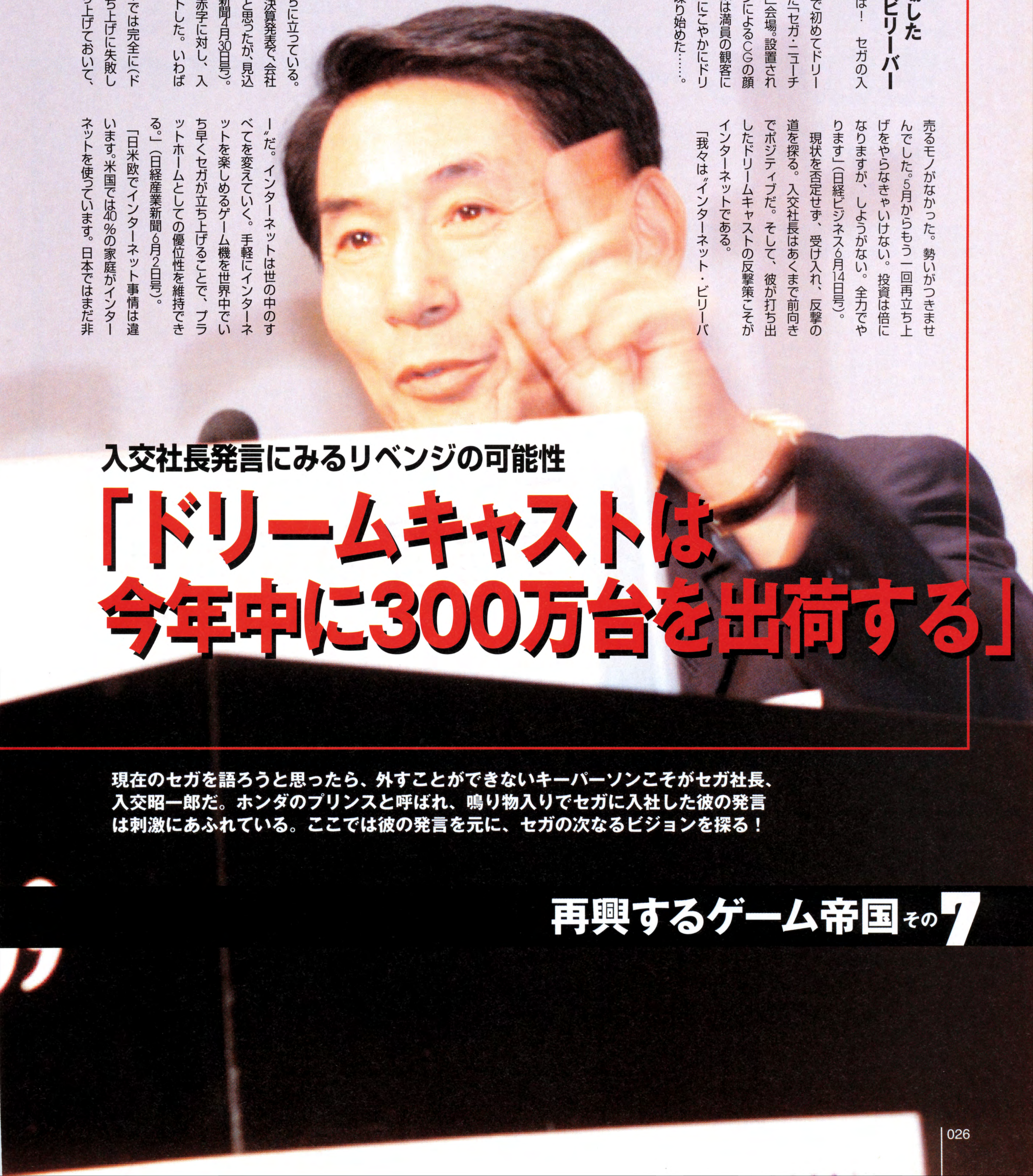
朝7時。ニュース番組「めざましワイド」から「バーチャファイター」のテーマが流れた！ 近頃フジテレビを見るとセガ提供の番組がやけに目に付く。チェキッ娘の「DAIBAクシン」、深夜番組「社会の窓」……。じつはこれらのすべてがフジテレビにパイプを持つ秋元康氏の企画。番組連発がはたしてセガの神風になるのか!?

再興するゲーム帝国 その7

入交社長発言にみるリベンジの可能性

「ドリームキャストは今年中に300万台を出荷する」

現在のセガを語ろうと思ったら、外すことができないキーパーソンこそがセガ社長、入交昭一郎だ。ホンダのプリンスと呼ばれ、鳴り物入りでセガに入社した彼の発言は刺激にあふれている。ここでは彼の発言を元に、セガの次なるビジョンを探る！



ポリゴンで登場したインターネットビリーバー

「みなさんこんにちは！　セガの入交です」。

'98年5月21日全世界で初めてドリームキャストが発表された「セガ・ニューチャレンジカンファレンス」会場。設置されたスクリーンにポリゴンによるCGの顔が映しだされた。その顔は満員の観客に向かって挨拶をすると、にこやかにドリームキャストの性能を喋り始めた……。

まさか社長の顔をポリゴンCGにして、ドリームキャストのプレゼンテーションするなんて。まったく持って前代未聞。入交社長が率いるセガはちょっと違う。そんなことを強烈に印象づけたシーンだった。

あの発表会から1年以上が過ぎた。入交社長がCGにまでなってアピールしたドリームキャストは苦戦している。セガはかなりの崖っぷちに立っている。

「誠に残念だが（昨年の決算発表で、会社の）ウミは出し尽くしたと思ったが、見込み違いだった」（日経産業新聞4月30日号）。

セガの二期連続の大赤字に対し、入交社長は、こうコメントした。いわば敗戦宣言。

「はっきりいって日本では完全に（ドリームキャストの）立ち上げに失敗しましたね。あれだけ盛り上げておいて、売るモノがなかった。勢いがつきませんでした。5月からもう一回再立ち上げをやらなきゃいけない。投資は倍になりますが、しようがない。全力でやります」（日経ビジネス6月14日号）。

現状を否定せず、受け入れ、反撃の道を探る。入交社長はあくまで前向きでポジティブだ。そして、彼が打ち出したドリームキャストの反撃策こそがインターネットである。

「我々は〝インターネット・ビリーバー〟だ。インターネットは世の中のすべてを変えていく。手軽にインターネットを楽しめるゲーム機を世界中でいち早くセガが立ち上げることで、プラットホームとしての優位性を維持できる。」（日経産業新聞6月2日号）。

「日米欧でインターネット事情は違います。米国では40%の家庭がインターネットを使っています。日本ではまだ非

逆襲のセガ

Feature Story 1

A New Challenge Conference

常に少ない。」(日経ビジネス6月14日号)。

「今回、約百億円を投じて日米欧にネットワークのインフラを構築する。米に二百台の高速サーバーを設置し、時間差を解消する。これで従来難しかったスポーツやドライブゲームなど高速性を要するゲームが可能になる」(日経産業新聞6月4日号)。

もう一度、予算を注ぎ込み、新しいネットワーク、ドリームキャストHEATを立ち上げる。厳しいときにこそあえて投資する。その強気な姿こそ、入交社長の本質なのだろう。

元ホンダのプリンスはリベンジの人だった

そもそも入交社長は世界を代表する自動車メーカーホンダのプリンスと呼ばれていた。彼はホンダ時代、PTAによる「オートバイ乗せない運動」の中、逆転の発想から、誰もが安全に運転できるスクーターを生みだした。入交社長は心底リベンジの人なのだ。

「入交さんがいるから(ドリームキャストで)ゲームを作ってみたい」とメーカーから言われ、多くのクリエイターから「イリさん、イリさん」と慕われる。その彼が打ち出すリベンジのアイデアは、今までのセガからは感じられなかった、斬新さ、フットワークの軽さに満ちている。

たとえば、この発言。

「セガは当分、携帯ゲーム機を開発・販売しないことを社内的に決めた。携帯ゲーム機に限って、マルチプラットホーム(複数のゲーム機に自社ソフトを供給する)戦略に切り替え、新たな収益減にする」(日本経済新聞5月27日号)。

セガがマルチプラットホームである。ゲームボーイで「サクラ大戦」や「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」が遊べるようになるなんて、こんな時代がくるなんて思わなかった。また、時代の変化にあわせ、ドリームキャストのバージョンアップを検討する潔さもある。

「ゲームソフトには必ずしも大容量のDVDは必要ではない。いかにボリュームを押さえて開発費を押さえるかの方が大切だ。ただ、映画などをDVD化して再生できることには大きい意味がある。そういう意味ではDVDは絶対必要だ。」(日経産業新聞6月4日号)。

「高性能のドリームキャストにDVDドライブを搭載するのは容易だ。百ドル程度売値を引き上げることで可能だ。ただどんなブランドで、どんな商品の位置づけで販売するか、ということが難しい」(日経産業新聞6月4日号)。

新しく発表された家庭用ゲーム機はすべてDVD-ROMフォーマットを採用している。そんな時代の変化にも入交社長は軽快に反応し、発言しているのだ。

イリさんが旗を振る！逆襲のセガ、そして未来

「今を底にして、これから始まる上昇曲線がはっきりと見える」(日本経済新聞3月22日)。

「今年五月の時点での出荷台数百万台も含め、国内では累計三百万台を目指す」(日経産業新聞6月2日号)。

心強いばかりの言葉が、新聞紙面を踊る。今年度中に発売されるといわれるプレイステーション2(仮)にも、ドリームキャストは一切負ける気はないようだ。

「現在のドリームキャストの画像とプレステ2の画像とそんなに違うのだろうか。優れたクリエイターが作れば一見して変わらなくなる。ライバル他社の次世代機は多機能で重戦車のようだ。ドリームキャストは非常に良いバランスを持っている」(日経産業新聞6月4日号)。

PS2が鈍重な重戦車なら、ドリームキャストはさしずめホンダ印のファミリーカー『アコード』(入交社長がセガに入る以前、アメリカのホンダで社長をしていた頃に人気を博した乗用車)か？攻撃力では負けるけど、軽快さやドライブの面白さは負けてはいない。その自信の裏付けになっているのは、欧米におけるドリームキャストの高評価だ。アメリカのE3に実際に足を運んだ入交社長は語る。

「五月上旬にアメリカで開かれた娯楽用ソフトウェアの展示会でドリームキャストを発表したが、非常に質が高いと評判だった。すでに当初見込みの二倍の二百四十万台ものオーダーを受けた。」(読売新聞6月3日号)。

「欧米は非常に活気がある。サードパーティも『セガがここまでやるとは思わなかった』と言ってくれるし、我々が思っていたよりもはるかに強い引きがある。」(日経ビジネス6月14日号)。

「当社は米国で成功するチャンスの方がはるかに大きいと思う。米市場で一番大きいジャンルはスポーツや格闘アクション。当社が最も得意とする分野で、そこで巻き返しを図る」(日経産業新聞6月4日号)。

欧米での発売は9月。どうやらドリームキャストのターニングポイントはそのあたりになりそうだ。運命のカウントダウンはすでに始まった。

セガを変えた男、入交昭一郎。その発言は、セガファンの心の支えだ。イリさん、これからも恰好いいヤツをバッチリやってくれ！

いまこそ蘇れ!!
天衣無縫のセガイズム

なぜ今、多くのユーザーが現在のセガを悪しざまに罵るのか。1ユーザーとしては、今ほどセガが面白い時期はあるまい、と思うのだが。

どのメーカーにも浮沈はあるが、「ゲームファンから見て面白かったセガ」は、やはり80年末から90年初頭にかけて。メガドライブをリリースし、スーパーファミコン相手に大苦戦を強いられていた時期ではないか。この時期のセガは、あらゆる意味でスリリングで破天荒だった。ライバルのスーパーファミコンが万人うけするヒット作のリリースにやっきになっていた傍らで、突如としてアーケードの体感チームがRPGを発表、とくる。ファンとしては「えぇっ!」である。嫌がおうにも注目せざるを得ない。かと思えば、さまざまなオプションハードが次々飛び出してくる。コンシューマ初の通信用機器「メガモデム」、セガマークIIIのソフトが動く「メガアダプタ」、CDドライブ「メガCD」に32ビット拡張キット「32X」。あまりに無軌道なこの発展ぶりはどうだろう。ソフトのラインナップも紆余曲折が激しく、当初セガが自社で用意したソフトのクオリティにはばらつきが目立った。これに油断して気を抜いていると、思わぬ傑作の出現に度肝を抜かれるハメに陥ったのだった。「ソニック ザ ヘッジホッグ」や「スーパー大戦略」といった、後にシリーズ化される秀作が突然リリースされるかと思えば、セガ自らが強烈なセルフパロディをカマした「レンタヒーロー」などといったトンデモないゲームが前触れもなく登場したりする。それに刺激を受けてか否か、サードパーティーからも競うように個性的な秀作、傑作が飛び出してくる。トレジャー、テクノソフト、メサイヤ、ゲームアーツなど、マニア好みのメーカーたちが最も光り輝いていたのもこの時期だろう。今にして思えば、恐ろしいほどに混沌としたこの状態をリアルタイムで体験できたのは、刺激を求めるゲームファンとしてこの上ない喜悦だったのである。

こうした蜜月の日々を体験したセガマニアにとって、それなりに安定したサターンの販売戦略に面白味を感じなかったのはある意味で当然だ。折からの「バーチャファイター」人気の加熱から始まった、アーケードの移植を中心とした一定水準をキープしつつも、決して突飛さはないソフトたち。かつての熱気は遠くへ去っていった。

そして現在。ソフトラインナップに目を凝らせば、今年に入ってからのドリームキャストは、ゲームファンとしての琴線に触れる作品が多い。「シーマン」「シェンムー」「Dの食卓2」といった奔放きわまりないソフトたちの台頭に、メガドライブ黄金時代の再現を夢見てしまうのだ。いっそ最大公約数的なゲーム作りは、他機種にまかせていればいい。「夢」をその名に背負ったハードなら、誰も見たことがないデタラメで破天荒な世界を見たいじゃないか。

……手始めに、「レンタヒーロー」の続編をお待ちしてます。

城戸芳充
ファミレスラーズ2号。セガマークIIIを買って3日でコントローラを改造(十字キー化)、以来セガ歴は14年。

暴走するロックンロールカンパニー
1ハード完全燃焼主義に乾杯

いつも自分勝手で、ビッグマウスで、時間にルーズで、約束を守らないうえに、見栄っ張りで浮気性。ところが、ひとたびギターを持たせると、燃え尽きるほど熱いブルーズを聴かせてくれるデンジャラスなロックスター。

セガというカンパニーを人物に例えると、そんな不器用で泥臭い男の背中が見えてくる。そんな男に女は惚れる。そんなカンパニーをユーザーは応援したくなるのだ。

そもそも僕がセガを初めて意識したのは、不良のたまり場、なんていわれていた80年代の頃のゲームセンターでのこと。そのころからセガはブッ飛ばしていた。セガは世界で初めてバイク型の体感筐体を使用した「ハングオン」をゲームセンターに登場させたのだ。プレイヤーは約1.3メートルもの巨大なバイク型ジョイスティックを「またいで」「倒して」「操作する」。その無茶な豪快さが最高にロックだった。免許を持っていなかった僕は勝手にライダーになりきって、時速100キロでかっ飛ばしていたものだ。

90年代になると、そのロック度はさ

逆襲のセガ

Feature Story 1

人生で大切なことはすべてセガが教えてくれた

らに深まる。自分の体を筐体にシートベルトで縛りつけてプレイする「R-360」筐体の登場だ。ゲーム中にジョイスティックを操作すると、自分の体がぐるんぐるん回る。あまりの回転の激しさに酒気帯び運転禁止なんて看板が立つほどだった。むろん僕もあれに乗って気持ち悪くなった一人だ。

それでセガのゲームで楽しんでばかりいたかというと、裏切られてガッカリすることも同じくらい多かった。

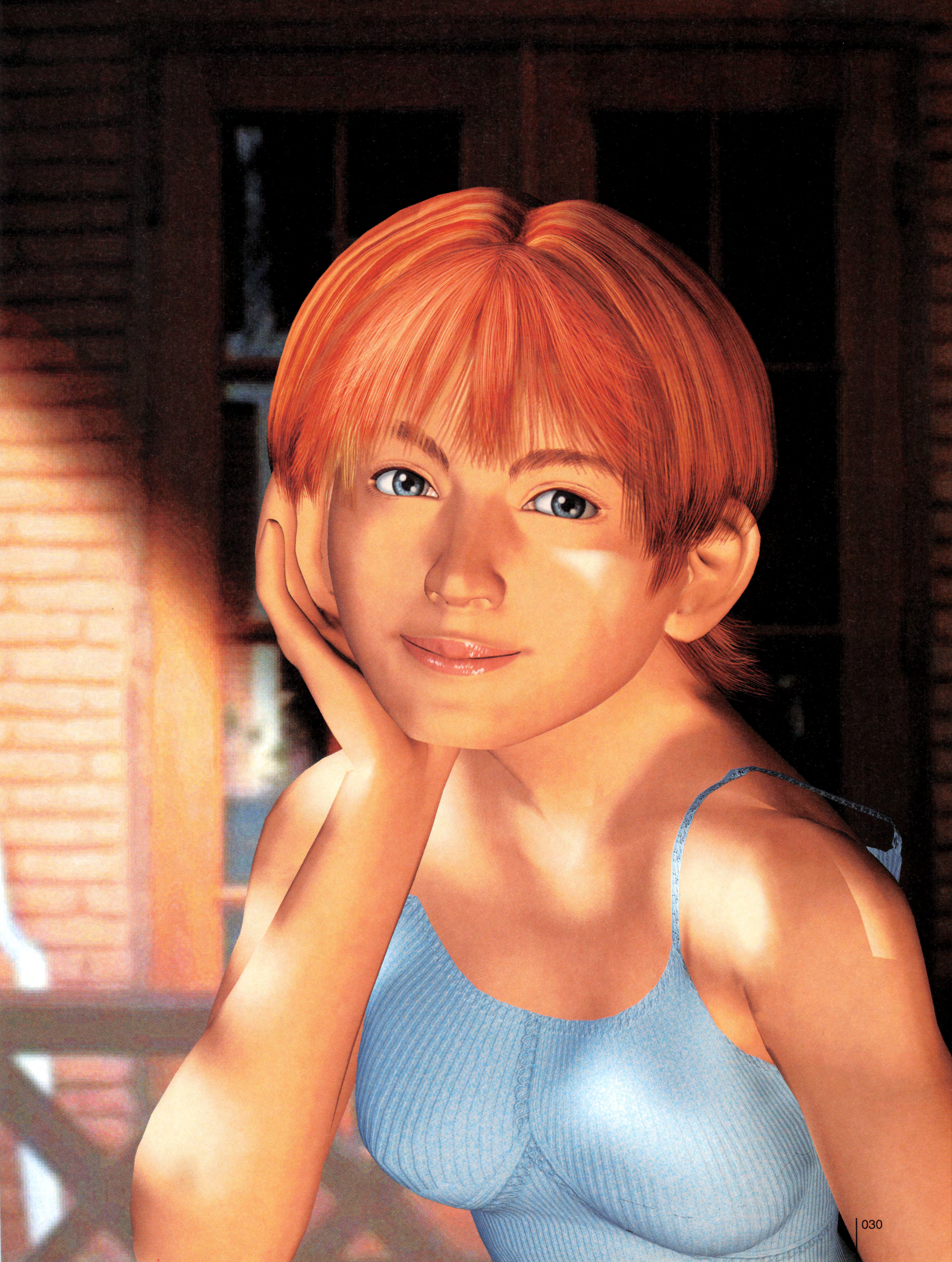
まずメガドライブ。メガドライブはアーケードとほぼ完全移植ができる、というのが売りだったはずなのに。アーケードと同じタイトルのソフトを買って、遊んでみたら中身が全然違うなんてこともしばしば。（例えばボーナスステージがひとつもない「セガギャラガ」など）しかも、次々と周辺機器がでる始末。セガサターンでもイタイ目にあった。バーチャガンを買った。ツインスティックも買った。「バーチャファイターのポートレイトディスク」も買った。今、それらは悲しく部屋の本棚の上にほこりにまみれておいてある。

でも、それでもいいのだ。僕はちっとも後悔なんてしていない。むしろ、夢中にさせてくれたことに感謝の気持ちさえ持っている。気持ちが良ければ、イッツ・オール・ライト。刹那的かもしれない、快楽主義的すぎるかもしれない。開き直るようだけど、本来ゲームってそういう瞬間的な快楽を楽しむものじゃないだろうか

さて、それで今度はドリームキャストでネットワークだという。ネットワークで海外のユーザーと「バーチャロン」で対戦できるって？ 最大数万人のユーザーとマルチプレイヤーのネットワークゲームができるって？ 面白そうじゃないか。その「夢」で思いっ切り酔わせて欲しい。

ドリームキャストを起動させてみよう。12倍速GD-ROMの恐ろしく激しい回転音が、ギターのハウリングか、バイクのエンジン音のようにも聴こえてくるはずだ。セガは暴走するロックンロールカンパニー。その一瞬の激しさに僕らはシビれる。惚れる。酔いしれる。

志田英邦
ファミレスラーズ1号。ドリームキャストのシーマンモデルを予約。これでドリームキャスト2台目っす。それでどうする？



Cutie Graphics 4

CAROLIN MAYORS

キャロライン・メイヤーズ。「バギーヒート」(DC)唯一の女子高生ドライバーとして奮闘する17歳。硬派なユーザーが多いことで知られるCRIタイトルながら、バケット越しに響くコギャル語(!?)にころんだ“隠れキャロ”ファンも増殖中とか。そのジャジャ馬ぶりは撮影中も健在で「超キンチョーするぅ！（カメラに向かって）そんなに見つめないでっ！ え？ 読者に一言？ “ワタシにはグラビアよりダートがふさわしいワ……” なーんて、決まった？ どう？ カッコいい？」と、スタッフも彼女のペースに巻き込まれっぱなし……。ファンレターのあて先は、〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-12-1ネクストコムビル CRI「キャルへのファンレター」係。

超(オーバー)200psのチェスナット





物心
モノゴコロ

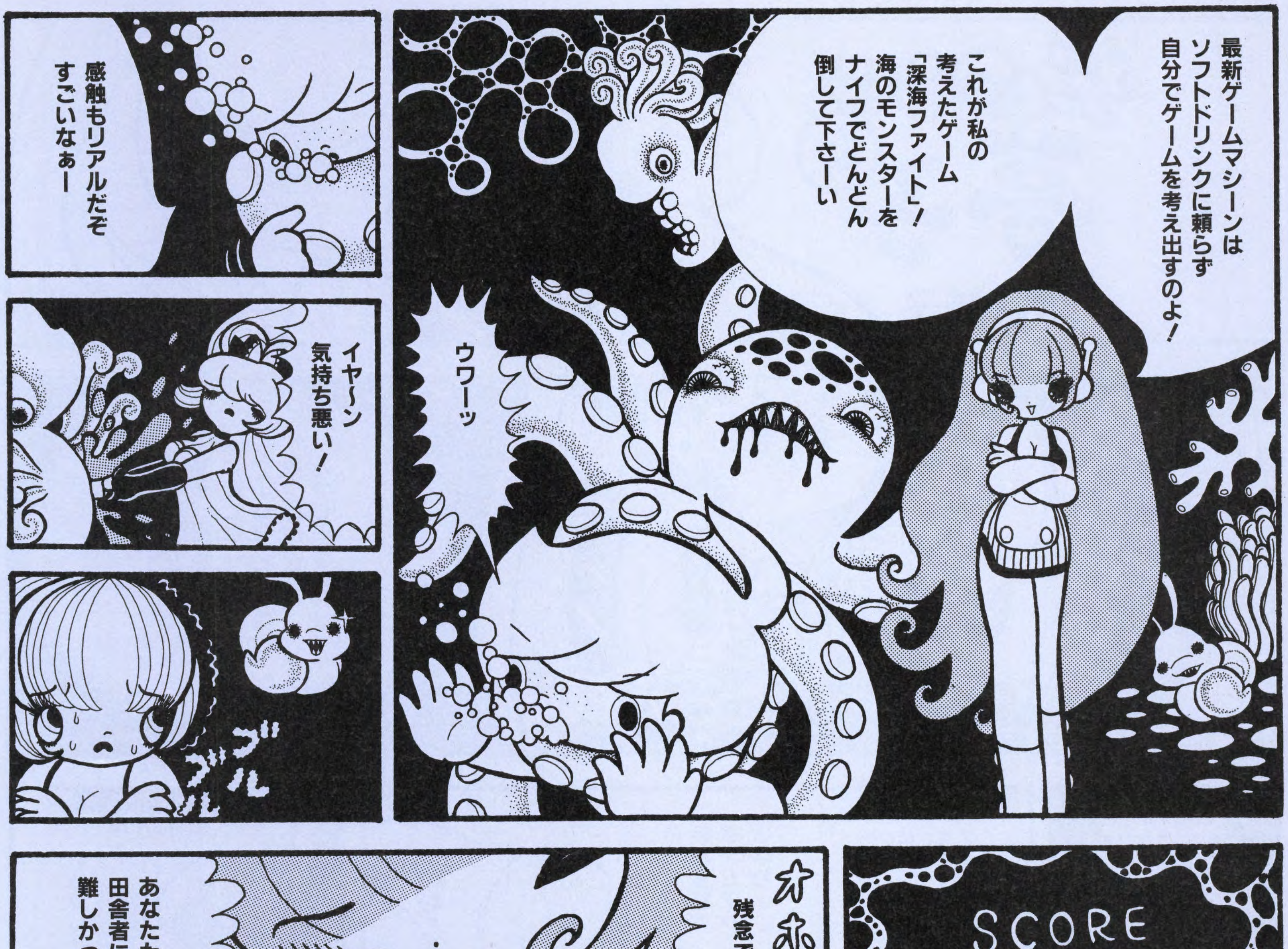
「アクションジェニー」
タカラ
2,000円
（頭部、衣裳は別）
写真＝鬼頭栄次

VOL.4

SるはMられの心地

「あなたはSか？ それともMか？」といった質問に出くわすことがあるが、この表現はどうも的を射ていないような気がする。S──つまりサディストは、自分がいじめている相手に感情移入し、自らあたえた「暴力や辱め」を受け手の「苦痛や恥」に置き換えることで初めてサディスティックな行為を対象化する。Mの心を読むことなしにSとしての悦びを享受することはできない、というわけだ。当然、Sを究めた者はMとしても一流の感受性を備えているはずで、逆もまた真。とすれば「Sか？Mか？」はフィルムでいうポジ・ネガの違いでしかなく、人の嗜好を問うなら、SMという回路への感応性──たとえれば光をとらえる感度こそを尋ねるべきだと思うのだが、いかがだろうか。


ゲームマシーン
夢子 4
水野純子
長旅を続けてきた夢子、田村新一、とみこはゲームセンターをみつけたので入ってみた
？
個室がたくさんあるぞ
カラオケルームみたいじゃん！
102
202
201
いらっしゃいませ！
アラ……ずいぶん古い型のゲームマシーンさんね
ふ……古い⁉
私は最新型ゲームマシーンさゆり……
私が頭の中でイメージしただけでこの個室全体がゲーム空間になるのヨ！
へーっ
ではプレイ入りま〜す！
カチッ



最新ゲームマシーンはソフトドリンクに頼らず自分でゲームを考え出すのよ！
これが私の考えたゲーム「深海ファイト」！海のモンスターをナイフでどんどん倒して下さーい
ウワーッ
感触もリアルだぞすごいなぁー
イヤ〜ン気持ち悪い！
ブルブル
SCORE
000020
オホホホ
残念でした！
あなたたちみたいな田舎者には難しかったかしら！
ゲームセンター
かんじわるーい！
僕ちょっとショック……
腹が立ったからこれひとつ盗んでやったよ！
オーッ えらいとみこ！夢子ちゃん、そこの空き部屋で試してごらんよ！
えーっ でも夢子バカだからなぁー


僕にも使い方
さっぱりわかんないや
とりあえず
つけてみてよ
何かイメージ
してごらん
……
パッ
オッいいぞ！
その調子！
パッ
すごい　すごい！
パッ
……
パッ
う〜んかわいいけど
全然ゲームになって
ないんだよな〜
夢子の想像力の
限界だネ



おわり

水野純子（みずの　じゅんこ）　マンガ家・イラストレーター。著書に『ピュア・トランス』（イースト・プレス）。

※「ゲームマシン夢子」は今回で最終回になります。いつかまた登場するかもしれない〝夢子シリーズ〟の続編を期待して下さい。

ゲームの広告・CMについて考察するこのコーナー。今回は、ちょっと趣を変えて海外からの話題です。どうやら、ここでも何かとPSがご活躍のようで……。

ゲームの広告 3

PSの広告に見るそれぞれのお国柄、について



文＝白滝明央（広告批評編集部）

カンヌ広告祭を取材した号は、10月発売の「広告批評」で特集する予定。普段目にすることのない傑作海外CMが盛りだくさんの号になるのでお楽しみに(白滝)。

フランスのカンヌと言えば、多くの方が「映画祭」を思い浮かべるでしょうが、こと広告に携わる人にとって、カンヌは「広告祭」の地であります。映画祭の興奮が冷めやらぬ6月の最終週、同じ会場を使って「インターナショナル・アドバタイジング・フェスティバル」が毎年開催されているのです。これは世界中から5000本のCMと7000点以上のグラフィック広告が一堂に会するお祭りで、映画祭同様、各部門の入選作（グランプリ・金・銀・銅）を審査するほか、広告会社やCMプロダクションが自社のクリエイティブをセールスするため、期間中は世界中の広告人がカンヌに集合するわけです。

でもって、今年も僕は行ってきましたよ、この広告祭を取材に。昨年に引き続き2度目の参加でしたが、この仕事はカンヌという甘美な響きからは想像を絶するもので、コートダジュールの青い海を横目に、朝9時から夜8時まで、冷房の効きすぎるホールで延々とCMを見たり、外国人のクリエイターにインタビューしたりという、よっぽどの広告好きでなければ投げ出したくなるような、まさに苦行のような一週間なのです。

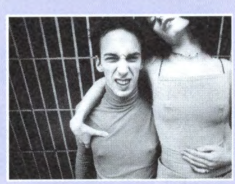
なんでそれが「ゲームの広告」と関係あるのかって？　それが大あり。今年はプレステの広告が大活躍の年だったのです。でも残念ながら日本のプレステ広告ではなく、海外で作られたものなんですけどね。ちなみに日本のCMは、今年も入賞ゼロでした。ここ数年、こういう低打率が続いています。日清カップヌードル「hungry?」がグランプリをはじめ毎年受賞していた時代が懐かしいです。

さて、プレステの大活躍ですが、プレス＆ポスター（印刷）部門でグランプリ、新設のメディア部門でもグランプリ、そしてフィルム（CM）部門でも「ダブルライフ」篇という英国制作の60秒CMが金賞を受賞するという華々しいものでした。ゲームの広告がこれほど主要の賞を押さえたのは初めて。各受賞作の細かい説明は、右の図版に添えておきますが、どれも大人の鑑賞を前提とした、なかなか凝ったコミュニケーションで、ゲーム市場の世界的な成熟を感じさせます。

で、この「大人を前提とした」という部分に、日本のゲーム広告とのアプローチの違いを、僕は一番感じたわけです。日本でも「ゲームが大人のものになった」というのは、よく聞く言葉ですが、こと広告になると、未だに"子供の匂い"を入れがちです。例えば、ポケモンスナップに喜びを見い出す綿引勝彦や、互いに誘い合って「みんゴル」に興じる単身赴任のお父さんたちのように。

一方、今回受賞したゲーム広告は、いずれもそういった前提ナシに、真正面からターゲットに切り込んでいます。プレステの4つの"アイコン"をモチーフにした先鋭的なグラフィック表現しかり、自らの2重人格を告白する「ダブルライフ」しかり。単なるアミューズメントを超えて、ゲームの本質を哲学する求道的な雰囲気すらあります。

もちろん、海外にも"みんゴル"みたいなCMもありますし、三輪車がドリフトするセガラリー2のCMは、会場の外国人にも大ウケでした。どちらがいいという話をではありません。ゲームに対するアティテュードの違いが、その国のゲーム広告に如実に投影されているにすぎないとも言えます。ただ、その成熟ぶりが、なんとも羨ましかったりもしたカンヌ体験でした。



プレス＆ポスター部門のグランプリ作品（英）。プレステのコントローラーにある「△」「○」「×」「□」の４つのコマンドがそれぞれの"乳首"になっている。左下に読めないほど小さくクライアント名があるだけで、それ以外はロゴも本体の写真も一切ナシ。なんとも尖ったヴィジュアル表現だが、ゲームフリークはそれだけの要素で感覚を共有できるという仕組み。



フィルム部門金賞を受賞した「ダブルライフ」。「僕はたくさんの人を殺した……」「たくさんの戦争に関わった……」と昼間とは違った「もう一つの人生」を画面に向かって告白する。殺人も戦争もゲームでの話、というオチなのだが、陰影に満ちた画面とストレートトークの強さに思わず見入ってしまう。最後に「プレイステーションを過小評価するな」というコピーで締めくくる。監督は90年代の名作CMを多数手がけるフランク・バッジェン。



従来の４媒体だけに頼らない、巧みなメディア・キャンペーンを対象にしたメディア部門のグランプリ。「鉄拳３」をプロモーションするため、路上にちぎれた腕の精巧な作り物を落とすなど、町をあげてのイベントを催した。ニュージーランドでのキャンペーン。

「gM」であって「gM」でない、もう1つの雑誌内マガジン第3号!!

隔月刊 ゲーム春秋

第参号
平成11年8月2日発行
編集長／岡部広樹（ABC）
記　者／箭本進一
多根清史（BIG★BURN）
不安そうに見守る人／
秋山ぞんび（gM編集部）

記者紹介



阿部広樹（ABC）
初代阿部広樹の遺言により、阿部家はコミケに参加しないことを家訓としております。現在17代目で生後1年8カ月、来月あたりがXデー。



多根清史（BIG★BURN）
フリーライター。23億円のアレが、ポケモン版『南海の大決闘』になぎ倒されたら、後味悪いだろうなあと興味シンシン。夏のコミケには参加予定。



箭本進一
親知らず跡地の肉穴もなんとか埋まり、やっと物の噛める今日この頃……と思ったら、今度は反対側の親知らずが痛み出し振り出しに。夏コミ参加します。

“5分読んで理解するゲーム業界の歴史”をキャッチフレーズに好評連載中の「隔月刊 ゲーム春秋」。ネット方面で独自の冴えを見せる“あんな人やこんな人”を編集スタッフに、第3号をお届けします。今回はいよいよ＜1997年＞編。そう、思い返せば『ファイナルファンタジーⅦ』が発売された年です。振り返ってみるとこの年は、その後の業界の枠組みを決める、重要なターニングポイントだったようで……。

ゲーム業界ウォッチ 1997年編

Playback 5分でわかる、1年間の業界の動き



ハード三国志時代に一応の決着――'97年

97年、この年はPS・SS・N64による“三国志の時代”の覇者を決することにより幕を開けた、と言えよう。

パソコン市場では正月前あたりから『ディアブロ』というネットワークRPGが台頭し、その勢いは『ウルティマオンライン』へと繋がっていった。これらのタイトルは「ネットワークゲームがビジネスとして成立する」ことをほぼ完全に証明してみせたと言えるものの、この流れが家庭用ゲーム機市場に影響を及ぼすまでには、今しばらくの時間が必要とされることとなる。

日本の家庭用ゲーム機市場の97年はやはり、正月気分も抜けない1月9日、日本ゲーム界の皇帝『ドラクエ』シリーズを擁するエニックスの、PS参入から始まったのである。そして、その余韻さめやらぬ同月31日には、ドラクエと並ぶ日本2大RPGの双璧『ファイナルファンタジー7』がやはりPSで発売。その翌月、FF発売による〈PSのデファクトスタンダート化〉を決定付けるかのように、改めてエニックスによる「PSでの『ドラクエⅦ』制作発表」が行われたのであった。こうして年始早々、家庭用ゲーム機市場の大勢は完全に決してしまったのである。

一方、それに慌てたわけでもあるまいが、SS擁するセガ陣営は、バンダイと合併し〈セガバンダイ〉となることを発表→後に撤回という失態を演じることとなる。振り返って見るに、この辺りからセガの失策がドミノ倒しのように連続し始めたのではないだろうか。CMではマニア好みな〈せがた三四郎〉がカルトヒットを飛ばしたものの、この事実自体が、やはり最後にはマニアに頼らざるをえないセガのジレンマを、よく表わしているように見えるのだが……。

任天堂は、伝家の宝刀であった『ドラクエ』にまでPSへと移籍されたことで、SFC時代『ドラクエ』『FF』の金看板シリーズで実現していた“層の厚いRPG”という資産を失うこととなってしまった。以後、実に『ゼルダの伝説 時のオカリナ』の発売に至るまで、少なくとも国内におけるN64陣営は、RPGのタマ不足に悩まされることとなる。まさに、歴史の皮肉としか言いようがない。

年頭に決した勝敗に、ひたすら振り回された1年であった。「1年の計は元旦にあり」ではないが、この97年ほど、年始がその後の1年に影響を与えた年はないだろう。

カルメンが斬る!

時評マンガ



イラスト／カルメン伊藤

Topics　1997年　ゲーム業界、こんな感じだった!!



1997年・年表

月	日	出来事
1月	9日	エニックス、SCEと正式契約。各マスコミに文書にてPS参入を発表
	14日	エニックス『ドラゴンクエストⅦ』をPSにて開発、発売すると文書にて発表。同時にＳＳへの参入も発表
	23日	セガ・バンダイ、合併構想発表。合併は98年10月1日を予定、新社名「セガバンダイ」の予定
	31日	『ファイナルファンタジーⅦ』（ＰＳ・スクウェア／6,800円）発売 累計350万本を超えるヒットを記録
		『I.Q ～インテリジェント キューブ』（ＰＳ・SCEI／4,800円）発売
2月	12日	ナムコ、SCE、ポリゴン・ピクチュアズが共同で「株式会社ドリーム・ピクチュアズ・スタジオ」を設立
	23日	エニックス、「『ドラゴンクエストⅦ』はPSで開発」と発表
3月	13日	エニックス、ドラゴンクエスト制作記者会見
	14日	任天堂、「NINTENDO64」の価格を引き下げ。新価格16,800円に
	19～23日	「'97東京おもちゃショー」開催
4月	4～6日	「東京ゲームショウ'97春」開催。「第1回CESA大賞」発表。大賞は「サクラ大戦」に決定
	14日	任天堂、「ゲームボーイポケット」発売。金と銀の2色、定価7,800円
	24日	カプコン、任天堂、セガの共同出資により「株式会社フラグシップ」設立
	25日	セガ、廉価版シリーズ“サタコレ”発売開始。『バーチャファイター2』をはじめ5タイトル
5月	12日	スクウェアがホノルルにスタジオを設立。SQUARE LA,INC.をSQUARE USA,INC.と改称。同時に「パラサイト・イヴ」を発表
	27日	セガ・バンダイ両社、臨時取締役会を開催し合併解消を発表
	31日	PS国内出荷750万台を突破
6月	10日	松下電器の「M2」がゲーム機としての発売を断念
	25日	SCE、香港の違法コピー業者9法人を提訴
7月	17日	『ダービースタリオン』（ＰＳ・アスキー／6,800円）発売
	18日	『リアルサウンド～風のリグレット～』（ＳＳ・WARP／6,400円）発売
	24日	『モンスターファーム』（ＰＳ・テクモ／5,800円）発売
8月	8日	任天堂『ポケットモンスター』国内累計出荷本数620万本突破。『スーパーマリオ』の記録を追い抜き国内での販売記録を塗り替える
	20日	PS生産出荷台数、全世界で2000万台突破
9月	5～7日	幕張メッセにて「TOKYO GAME SHOW」初の開催。「第2回JAPAN GAME of the YEAR'97」大賞は「ファイナルファンタジーⅦ」
	7日	Windows CE搭載によるセガ新ハード開発に関する新聞報道（後のＤＣ）
10月	4日	株式会社コト代表取締役社長、横井軍平氏死去
	6日	SCEから10月9日に発売が予定されていた「FORMULA1 97」が突然の発売延期（FOAとの権利関係の契約がまとまらなかったことが原因）。
	17日	「Ultima Online」（ＰＣ・ＥＡビクター／9,800円）発売
11月	1～30日	SCE、PSソフトの店頭在庫買い取り実施。業界初の試み。200タイトル70～80万枚が回収（SCEの事前発表による）。買い取り価格は一律1枚2000円
	13日	デュアルショック同梱の新PS発売。価格18,000円
	20日	SCE「デュアルショック」発売。価格3,300円
	21～23日	任天堂、幕張メッセで「任天堂スペースワールド'97」開催。「64DD」の発売を'98年6月と発表
	27日	「七ツ風の島物語」（ＳＳ・エニックス／6,800円）発売
12月	11日	「風のクロノア door to phantomile」（ＰＳ・ナムコ／5,800円）発売
	18日	「電車でGO！」（ＰＳ・タイトー／5,800円）発売
		「グランディア」（ＳＳ・ゲームアーツ／7,800円）発売
	21日	「ヨッシーストーリー」（N64・任天堂／6,800円）発売
	23日	「グランツーリスモ」（ＰＳ・SCE／5,800円）発売
	25日	CSK・セガ、アスキーに資本参加。
	31日	PS国内出荷台数1000万台を突破

KEY WORD 1
勝者の決まった年

ドラクエは、「ファミコンの後継者」に贈られるトロフィーだ。スクウェアに続きエニックスまでがＰＳ陣営に加わると、もはや「パワーバランス」という言葉さえも虚しくなる。ユーザーもソフトメーカーも、内心は「圧倒的支配者」を望んでいたのだろうか。VHSとβの戦いが、技術的な優劣と関係なしにβを駆逐していったように……。

97年のSCEには、それまでの「攻め」から一転して、勝者の余裕が目立った。PSのモデルチェンジ時の「デュアルショック」同梱は、標準コントローラの変更という、全盛期のファミコンでさえ成しえなかった大胆な施策だ。3次元の自由さを得たゲームが、インターフェースに縛られる危険を見越したフットワークの良さは、大いに評価できる。

また、業界初の<店頭在庫の買取り>は、販売店支援策と見られがちだったが、1本2,000円では、ひっ迫するショップ経営の助けにはならない。むしろ、中古も扱わせず値引き販売も認めないという、SCEの姿勢を、強く表していたのではないだろうか。

KEY WORD 2
「映像の新世紀」

この年8月、ナムコの『ソウルエッジ』がSIGGRAPH97（世界最大級のCG関連の大会）で入選したことは、家庭用ゲーム機市場でもやがて勃発するであろう、し烈な「CG戦争」を暗示していた。

映像は、ゲームの中でも最も訴求力が高い「部品」だ。スペック的にさほど恵まれていないプラットフォーム上で、大メーカーが億単位の開発資金を注ぎ込み、CGのクォリティを追求するのは、どこか異様な光景である。そこへ「グランツーリスモ」（GT）という伏兵が現われた。車体への映り込みや実車さながらの操作感覚は、「リアル」のハードルを一気に引き上げる、驚異的な完成度の高さだった。「GTショック」の大きさは、後に他社から出たレーシングゲームが、その影響を色濃く受けていることからも見て取ることができる。

KEY WORD 3
ひとつの現象としての<FFⅦ発売>

この年発売された『FFⅦ』の大ヒットからは、さまざまな流れを読み取ることができる。第一に、それは「ソフトハウス」のスクウェアが、「ハードベンダー」としての任天堂を凌駕した、ある意味で歴史的な瞬間であった。『ＦＦ（Ⅰ～Ⅵ）』時代においては、途中でファミコンからスーパーファミコン（SFC）への移行があったとはいえ、『ＦＦ』は「任天堂の一極支配」体制の中での筆頭ソフト、との地位をキープしていたのである。ファミコンあってのヒット、という範囲を逸脱するものではなかった、と言い換えてもいい。ところがプラットフォームがPSへと変わっても『ＦＦ』が300万本を超える売上げを記録したという事実は、「世界のスクウェア」を誕生させたのである。

第二に、媒体に安価なCD-ROMを用いた『ＦＦⅦ』のヒットの裏には、当時のSFC用カートリッジソフトの１万円を超える高価格に対する一般ユーザーの不満があった、と言えるのではないだろうか。事実、ＰＳへと参入するにあたりスクウェアは「大容量で安価なCD-ROMに魅力を感じた」と、その理由を説明していたものである。

また、ＰＳ移行にあわせスクウェアが子会社・デジキューブを通じて開始した「コンビニでのゲーム販売」も、『ＦＦⅦ』の存在なしには定着しなかったのではないだろうか。実際、その７割がコンビニ向けに出荷されたという『ＦＦⅦ』は、<コンビニでゲームを買う>行為をユーザーに教育するツールとして最適だったのである。

Games　1997年を彩った名作たち




いろいろな意味で重要なターニングポイントだった97年は、タイトル的にも大豊作。『ファイナルファンタジー』以外にも、ＰＳを代表するアレやコレが発売された、まさにマジック・イヤーだったのです。

グランツーリスモ



ドライブゲームの水準を一気に引き上げた衝撃作。超リアルなクルマの挙動が光るソフトである。自動車メーカーとライセンス契約を結ぶことで、多数の実車を登場させたことでも話題を呼んだ。異様に細かいチューニングや沈み込むサスペンションがクルマ好きのツボを突き、「ゲーマー」以外の層からもビビッドな注目を集めた。が、あまりに突出した完成度の高さに同ジャンルの他社ソフトは、苦しい戦いを強いられた。

■ＳＣＥ
■ＰＳ
■97年12月23日発売
■5,800円
©1997 Sony Computer Entertainment Inc.

ワールド・ネバーランド～オルルド王国物語



人生、というよりは１つの「村」全体を追体験できるという、一種のアリ箱観察ソフト。目にも止まらぬ速さで大勢の村人たちが動き回るので、操作に馴じむまで一苦労する。そのためか大ヒットはしなかったものの、中には文字通り「ゆりかごから墓場まで」の生命が息づいており、その斬新なコンセプトはネット上などでも注目を集めた。見守ったキャラの死には、涙すること必至。その後発売された「～２」も好評だ。

■リバーヒルソフト
■ＰＳ
■97年10月23日発売
■5,800円
©1997 Riverhillsoft Inc.

スーパーロボット大戦Ｆ



新旧世代のスーパーロボットたちが勢ぞろいする、戦略シミュレーションの総決算的なソフト。『マジンガーZ対ゲッターロボ』から始まった「ヒーローたちの夢の競演」を、ゲームの世界に持ち込むことにより、懐かしいアツさが再現されている。が、そのスケールから時間のかかり方もスーパーで、スーパーロボットを懐かしむ世代＝時間に追われたサラリーマン世代からは「なんとかならないのか」という声も……。

■バンプレスト
■ＳＳ
■97年9月25日発売
■6,800円
※ 権利表記は下記

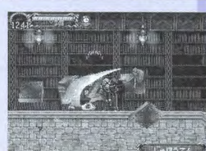
X-MEN vs STREET FIGHER



初めて拡張４メガＲＡＭを使用した作品。このお陰で、次世代機移植の宿命「ロード時間によるテンポの悪化」が解消された、ある意味記念碑的作品。ゲーム内容はアメコミヒーローと大幅にパワーアップしたストリートファイターが戦う格闘ゲームで、クロスオーバー（他作品のキャラクターが競演すること）、タッグ制など斬新な点が多く、その自由度の高いゲーム内容から熱狂的ファンも多い。異常な連続技でも有名。

■カプコン
■ＳＳ
■97年11月27日発売
■7,800円
※ 権利表記は下記

悪魔城ドラキュラＸ～月下の夜想曲



コナミ看板タイトルの１つである横スクロールアクションのシリーズが、アクションＲＰＧになって帰還。オリジナルがカリスマ的人気を持つ高難易度ゲームだけに期待も高かったが、アイテムや数々の謎解きで行動範囲の広がる、絶妙のバランスによる探求の快感と、ボス戦に代表される練りこまれたアクション要素が幅広い層からの支持を受けた。また多数用意されたアイテムはゲーム終了後にも探求の楽しみを残した。

■コナミ
■ＰＳ
■97年3月20日発売
■5,800円
©1997 KONAMI ALL RIGHTS RESERVED.

怒首領蜂



「弾避けの快感」を追求したシューティングゲーム。具体的には「超高密度の弾幕が低速で飛んでくる」のであるが、必ずどこかに空白が残されている上、自機の食らい判定が小さい為、知らず知らずに一流プレイヤーだけのものであった「超絶の弾避け」が出来るようになっている（ように見える）というもの。この「遅い高密度弾幕」は１つのトレンドとなった。サターン版では業務用スタッフ自身による移植が話題に…。

■アトラス
■ＳＳ
■97年9月18日発売
■5,800円
©ATLUS/CAVE 1995 1996 1997

Column　文＝多根清史（BIG★BURN）

この1本!!

電車でGo!

■タイトー
■ＡＣ・ＰＳ・ＳＳ
■97年12月18日発売（ＰＳ）
■5,800円

全国の「鉄」魂をわしづかみして、飲み屋帰りのサラリーマンまでをも巻き込んだ、おそらくゲーム史上もっとも一般人を引きつけたであろう<列車運転シミュレータゲーム>だ。それまでゲームセンター（アーケード）に足を踏み入れることなどなかった一般人をゲーセンデビューさせる上では、かの「ＵＦＯキャッチャー」と並ぶ“功労者”だったと言っていい。このゲームのおかげで、「電車の先頭車両に乗る人の数が増えた」と言われるまでのブームを見せた。

運転席の雰囲気がよく出たシートに座り、マスコンやブレーキレバーで列車の速度を加減し、駅の停止線通りに止めるだけ、という内容は、これ以上ないほどにシンプルで分かりやすいもの。大人から子供まで、すんなりと入れる敷居の低さだ。

実はタイトーの「のりものゲー」の歴史は、意外と古い。航空機を扱った『ミッドナイトランディング』（BGMが名曲！）や、ヘリコプターをホバリングさせて消火活動をする『エアインフェルノ』があったのだが、現実の厳しさばかりを強調した難易度の高さには、大半のプレイヤーが１度でこりてしまい、マニア以外は熱くて手が出せなかったものである。当時は、プレイ時間を短くして回転をよくすることがゲームセンター用のゲームに求められていたという背景もあるが、そもそも「ライトユーザー」など意識もされていなかったのだろう（事実、いなかったと思う）。

ところで、このゲームが大ブレイクしたもう１つの要因は、山陰本線や山手線など、実在する路線をリアルに再現し、それこそ通勤や通学の時に「いつも見ているあの風景の中を走れる！」という日常との近さを実現した点にあったのではないだろうか。薄い窓１枚をへだてただけの運転席は、“手が届きそうで届かない”異空間だったのだ。その後PS用に発売された専用マスコンも、品不足状態が長く続いた。

CMソングの『電車で電車でGO! GO! GO!』もヒットし、同社のサウンドチーム「ZUNTATA」の曲の中で一番売れたわけだが、これに関しては、古くからのファンである筆者としては、少々フクザツな心境になったものである……。



日本人に親しまれた「電車ごっこ」を、最新のテクノロジーで再現したストレートさに、鉄道好きもそうでない人も歓喜させた作品だ。

人に言葉あり！



ゲーム業界人が残した名言・迷言を今さらながら振り返るコーナー。ふんふん、な～るほど……。

● 僕らの本業はゲーム作ること。ムービーだけ作るんなら映画を撮ればいい。（小島秀夫氏／限定版『メタルギア ソリッド』パンフレットより）

シナリオがB級だの、展開が「少年ジャンプ」の漫画そのまんまだのと、散々言われほうだいな小島監督ですが（言ってるのは全部筆者だけど）、最近のビジュアル寄りな風潮に、ビシッとタンカを切ってくれました。いくら敵の思考ルーチンがお馬鹿だったり、「劣性遺伝子は劣った遺伝子」なんて、と～っても愉快な生物学的カンチガイをしていても、『メタルギア ソリッド』のゲームとしての面白さには、定評があります。その実績こそが、こうした自信を裏打ちしているのでしょう。常にヒットを飛ばすクリエイターに共通しているのは、「ゲーム＝遊べるもの」から逃げず、真っ向勝負で取り組む姿勢です。たとえ作り手が崇高な考えを持っていても、お客は彼らのパトロンではなく、楽しみのために買ってるに過ぎません。「まず価格分サービスする」のは、最低限の義務ではないでしょうか。

ギョーカイ狂歌



ゲーム業界人の詠める"うた"

◎「ドラクエが　出るまでダムスよ　待ってくれ」

1997年、恐怖の大王の降臨まで2年という時点での「ドラクエ」新作の発表。解くまでとは言わない、せめて出るまではノストラダムスよ待ってくれ、と願った人も多かった……？

◎「俺が買う　ハードは何故か　負け組だ」

近代ゲーム機の歴史はハード戦争の歴史といっても過言ではないでしょう。意識せずとも、ついつい負け組ハードを買ってしまう。そんなディープな自分への不安と憐憫の情が……。

◎「弟が　土星で"エッチ"と　いじめられ」

1997年、次世代機戦争も末期になり、サターンではギャルゲーの発売本数が更に増えました。子供にとってはギャルゲーとエロゲーの区別がつくはずもなく、こうした悲劇が……。

ゲームの数字



ゲームにまつわるいろいろな"数字"。ここでは、その"数字"をもとにゲームをめぐるさまざまな事象について考察してみましょう。

今回のお題： 7（『ドラクエVII』の7、『ファイナルファンタジーVII』の7）

俗に"ラッキーナンバー"といわれる＜７＞。この＜７＞という数字、ＰＳとＳＳ、そしてN64という強者が争ったいわゆる「次世代機戦争」の決着を印象付けた数字です。ＲＰＧこそはゲームの華、その国民的ビッグタイトルである『ドラゴンクエスト７』『ファイナルファンタジーVII』の両方を手に入れる……ＰＳはこの快挙によって満天下に勝利を宣言したといっても過言ではありません。

ゲーマーには「次世代機戦争」の終結とＰＳの不動の地位を宣言し、ゲームを知らない一般人にはＰＳ購入を決意させた数字……それがこの＜７＞なのです。ＰＳにとっては、まさにラッキーナンバーでした。

お悔やみ



ヒトに限らず、このゲーム業界でもさまざまな方が物故されているんです……合掌。

■外部拡張端子（がいぶかくちょうたんし＝ＰＳ背面に存在する接続端子）発売当初から青雲の志と共にＰＳ背面に座を占め、いかなる機器が接続されるのかとその活躍を大いに期待されていたが、ついにソニーからは活躍の場を与えられることなく、失意の内に倒れる。最近になって始めた、香港や台湾製の異物を挿入する遊びも死期を早めたとの噂。９月０日午後４時30分死亡、死因は悪食による食中毒と異物挿入による感染症。喪主は長女、級腺晩代（きゅうせん　ばんだい）さん。

■コア思想（こあしそう＝PCエンジンを中心とし、様々な拡張機器を接続することによりシステム化を図る構想）８月32日午前７時７分、自宅にて餓死。発見時、部屋の壁一面にコア思想の発展図が描かれていたという。喪主は長男、絵府江楠（えふ　えっくす）さん。

春夏秋冬

ノストラダムスが予言したとかいう1999年7月も終わろうとしているが、この記事を皆さんがお読みだということは、どうやら恐怖の大王氏はやって来なかったようである。

しかし7月に何も起こらなかったと嘆くのは、いささか早計ではないだろうか。

なぜなら8月、ゲーム春秋編集長であり春秋スタッフの中では恐らく世界一偉い阿部広樹、つまり記者の渾身の一冊であるところの単行本が、アスキーから刊行される予定だからである。この本は、ゲーム業界にとっての恐怖の大王となると確信するものである。

しかし、その括目して待つべき驚愕の一冊のタイトルは秘密だ。タイトルがまだ決まっていないということも含めて秘密なのである。

秘密といって思い出したのだが、今回は記者が以前大阪の日本橋で拾った、ある"落とし物"について語ることとしたい。

その日は、ゲーム春秋の打ち合わせのため大阪の日本橋に出かけたのだが、たまたま携帯電話を持っていなかったため、今回も当然のように約束の時間に大遅刻して姿を見せない多根記者に連絡を取るべく、公衆電話の電話ボックスに赴いたのであった。

30分も遅刻しているにもかかわらず家に電話してみると、果たして多根記者は仕事の待ち合わせの時間に、まだ自宅でカードキャプターさくらを見ていたのである。当人は今も否定しているが、「今から出るところです」という多根記者の声の後ろで、桃矢お兄ちゃん、とかいう音声が聞こえていたので、こいつはほぼ間違いなかろう。

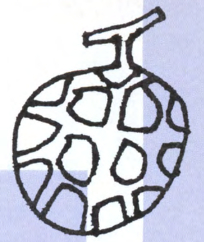
かくして、電話ボックスの中で途方に暮れる記者の目に、置き忘れられた小さな紙袋が留まったのである。「誰かが忘れたものに違いない」と思いたち、交番に届けるべく中味を改めてみたところ……中に入っていたのは「40歳近い白人女性が、頭髪の淋しい髭の白人男性の顔の上で脱糞している」という写真の貼られたスカトロ裏ビデオであった。

……見なかったことにしてその場を立ち去ることも出来るが、折悪く記者の後ろに並んだ妙齢の女性に「記者の忘れ物」と思われては一大事である。処分に困った記者は、結局そのビデオを持って出ることとした。

その後、そのビデオはどうなったのか…？　打ち合わせに遅れてきた多根記者のカバンの中に、ケースに貼られていた写真を剥がした上、そっと入れられることとなったのである。

自宅に帰ってからこのビデオに気付いたであろう多根記者は、このビデオを確認してどう思ったであろうか？　しかしこのビデオを記者が入れたことは秘密なので、実はいまだに聞けないでいるのである。（ＡＢＣ）

読めば読むほどゲーム業界の歴史にくわしくなる（といいなぁ……）、という触れ込みの「隔月刊 ゲーム春秋」。あらためて振り返ると、97年ってメモリアルな年だったんですねェ。学校の試験には絶対出ないだろうけど、知っておくとゲームがより楽しくなることばかりです。それでは、「お悔やみ」コーナーに当「gM」が登場しないことを祈りつつ、今回はこの辺で……。



Little Happy

結局、原稿は間に合いませんでした。
でも、こんなページ、
滅多に見られるもんじゃありません。
見ることのできたあなた、ラッキー!!
担当編集、アンラッキー!!

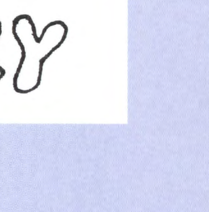
※リリーさん編集部まで連絡ください。



文=リリー・フランキー
とにかく遅筆のイラストレーター。日本美女選別協会＃001。著書に「美女と野球」（河出書房新社）、「日本のみなさんさようなら」（情報センター出版局）ほか。そういえばこの前、「ダ○ーボ」の原稿もオチてませんでした？

LILY FRANKY

小さな幸せ



いくつかのメーリング・リスト（ＭＬ）に加入している。趣味で楽しんでいるスキューバ・ダイビングと、半分仕事である映画絡みのＭＬを中心に。通信を始めたばかりの頃には、パソコン通信の会議室でよく遊んだものだが、ＭＬの場合、もっともっと門戸が開かれている。プロバイダーに制限されることなく、メールアドレスさえ持っていれば誰でも加入できるのだ。パソコンオタクでも、パソコン音痴でも、小学生でも八〇歳の爺さんでも、メール交換のやり方さえ知っていれば誰でも、だ。

先日、あるＭＬで送られてきたメールを読み込んだところ、添付書類までこちらに届いた。ＭＬでは、互いのコミュニケーションを極力簡単にして事故を避けるために、メールに書類を添付してはいけないことになっている。添付書類を解読できない人もいれば、読み込みに時間がかかることもあるからだ。ところが時たま、この暗黙のルールを知らずに、書類を添付してしまう人もいたりする。この人もＭＬに入ったばかりだったし、「きっとその口なのだろうな…」と、その時、私は思った。

せっかちな性格だったら、きっとその場で添付書類を開いていたことと思う。まぁ、かなりせっちな方なのは確かだが、同時に私は面倒臭がりであったりもする。添付書類なんて、めったに開かない。それどころか、私が加入しているＭＬの一つは日に50から100通のメールが届く。どうかすれば、「ええい、こんなに来やがって、面倒だ！」と、ろくに読みもせずにガンガンとゴミ捨てしたりなんかしているのである。

この添付書類を送った人から、すぐにまたメールが届いた。「すいません、何か知らないけど、添付書類を送ってしまったみたいで……変だなぁ、そんなモノ、添付した覚えはないんだけど…何はともあれ、大変失礼をいたしました」。

この直後に、管理人さんから緊急のメールが……。「某さんのメールに添付されていた書類を、皆さん、絶対に開かないように！　あれは〈Ｈａｐｐｙ99〉というウィルスで、このウィルスに感染したコンピュータからメールを送信すると、自動的に添付されてしまうものなのです。これを開くと、モニターに花火が打ち上がり、その後ハードディスクが破壊されます」だって。

ひぇぇ、ウィルス……！

で、知らずにこれを送った当人から、さらにメールが来た。「そうだったんですね。慌てて治療しました。最初にこれを開いたとき、てっきり、誰か親切な人が花火の打ち上がるメールを送ってくれたんだとばかり思ってました」。ったく、もう！　この時ばかりは、面倒臭がりで添付書類などめったに開くことのない自分の不精さ加減に、ほっと胸をなで下ろしたものである。

実際、「ウィルスなんて他人事」と、ずっと思っていた。

パソコン通信を始めた頃、ウィルスの危険性についてはあちこちでずいぶん目にした。インターネットに接続し、ニュース・グループやＭＬに参加するようになり、自分のホームページまで開くに及んで（すいません、そっちの方は現在、事情があって潰しております）、その危険性はますます増したわけだが、依然他人事だった。ウィルス治療ソフト〈ＳＡＭ〉を仕込み、毎月新しいウィルス定義を仕込んでいるのだが、それでウィルスが検出されたためしなどないではないか……そう甘く見ていたわけだが、ついに届いたぞ、私のところにもウィルスが！　正直言って「おぉ、これがウィルスというものか」と、内心ワクワクしてしまったのも事実ですね。

しかし、まさかと思っていると、不意にやって来るんだね、このウィルスって言う奴は……。なんといっても、通信に馴れてくると人間、だんだん無神経になって来る。

最近、私は、メール・マガジンという奴をよく購読するようになった。インターネットの本屋さんと呼ばれる〈まぐまぐ〉がいつからか、我が家に届くようになったからだ。考えてみればいつ、どんな経緯でこの〈まぐまぐ〉が届くようになったか、私は記憶がない。きっと、どれかのＭＬに加入したとき、そのＭＬが〈まぐまぐ〉絡みだったため、自然に送られてくるようになったのだと思う。〈まぐまぐ〉が何なのか、メール・マガジンが何なのかも、私は知らなかった。ある日、何気なくプリントアウトして、じっくり読んでみた。そうか、メール・マガジンとＭＬでは全然違うではないか。情報だけを求めるなら、こっちの方が便利だぞ。ＭＬから届く膨大な数のジャンクなメールにいささか辟易している昨今、私はメルマガにはまりつつある。

しかし、考えてみると、何だか知らずに半年以上も、私は〈まぐまぐ〉を取り続けていたんだ。こいつはちょっと無警戒すぎるんじゃないかい？　というようなわけで、もう少し神経質になろうと、気を引き締めているこの頃です。

電子の花園

文＝**友成純一**

作家・評論家。「陵辱の魔界」（85年）でデビュー後、数々のバイオレンス小説を手がける。近刊に、インターネットを介して出回るスナッフビデオ（殺人風景を収めたビデオ）をめぐる「電脳猟奇」（ぶんか社）。前回に続き、今回の原稿も海外旅行先からのメール入稿でした。まさに<電子の花園>。

ゲームな人々 Vol.2

ゲームな人々が２人集えば、何かと議論を戦わせがちです。とにかくケナすのが大好きです。ですが、それっていい加減、どうなんでしょう……？



ゲームな方々の内ゲバ、に関する一考察

人は、ゲームについて何かというと語りたがるものであります。そして、語るってだけならばピースフルで大変に結構なのですが、時に語るだけにとどまらず、論争もしくは喧嘩にまで発展してしまうことがあります。

この点を少し俯瞰し、まずゲームを含む社会全体として見ると、ゲームで遊ぶ人々とそれを否定する人々、という図式があります。これが一番分かりやすい形で表れているのが、かあちゃんと僕、という対立構造です。

まずゲームで遊ぶためには「ゲームばっかりやってないで勉強しなさい！」というかあちゃんとの対立を解決しなければならないのです。もう少し社会的な構造で言うと、なにか事件がある度に出てくる識者がよく言う「ゲーム世代はこれだから……」といったような、ゲームをしない社会全体との対立構造です。かあちゃんはともかく、こういった社会的な対立構造は、需要と供給とか企業原理といったオトナの事情があるゆえ、さほど明確にはならないのがポイントですね。

さて、ここまではゲームと社会の対立でしたが、ここでもう少しミクロな視点で、ゲームをする人々の中にある様々な対立構造を見てみましょう。

わりと一般社会にも分かりやすい形で出ているのが、セガ対ソニー対任天堂など、企業の対立構造です。これら企業にはそれぞれ熱狂的なファンがつき、特にゲーマー界隈ではセガファンのフーリガンっぷりが有名です。

この辺の感覚も、まだその企業理念や開発姿勢、ブランドイメージなどに共感してのことだとすれば、さほど分かりづらいものではありません。

しかし、さらにミクロな視点に移り、そのゲームのタイトルごとにそれぞれ存在するファン、という風になってくると、話は少し分かりづらくなります。

中でも代表的なのがファイナルファンタジーにまつわるゲームな人々の有り様です。とりあえず、近くにいるゲームで遊ぶ人々に「ファイナルファンタジーってどうよ？」という質問を投げかけてみて下さい。おそらくその反応は3パターンくらいしかないです。

①「あー、すごいキレイだよねええ。面白かったヨ！」。

②「どうでもいい」。

③「ファイナルファンタジーといえばやっぱオレⅢまでは良かったけど最近の映画路線ていうの？あれはヤメてほしいよねーだいたいストーリーも寒いしさぁ。あんなんタイタニ…」

こんな調子で30分くらい語る奴。

断言できます。ゲームな人々の反応パターンはこれだけです。

絶対にやっちゃいけないのは1番目のタイプと3番目のタイプを一緒に置いておくことです。間違いなく泥沼の口喧嘩になるでしょうね。

さらにミクロな世界に眼を転じると、ドット絵大好きアンチポリゴン、アクションゲームキチ、ロープレオンリー人間、ゲーム原典主義者など、多種多様でとても小さく下らない対立構造があちこちで無数に見られます。しかしこれらの対立は、決して嘆くべきものではありません。

かつてこの世には、ゲームといえばポンしかなかった時代がありました。後のブロック崩し、パックマンなど、新しいソフトが出ると同時に、それがゲームの新しいジャンルになった時代です。そんな時代には、ゲームについてファンの間で論争などは起こり得なかったのではないでしょうか？

選択の自由が無かっただけ、与えられたものを楽しめばすむハナシですし、それはある意味で幸せな時代だったのかもしれません。

しかしエサが豊かになると、途端にもめ事を起こすのが人間の性です。それはまた、娯楽としての幅の広さを獲得できたことの証でもあるのですが。

ただ、あまりにもその論争がマニアックになりすぎると、ジャンル自体が廃れがちです。揚げ足とりに終始して、本来持っていた「このゲーム面白ぇ！」という感覚を忘れてしまっては本末転倒なのです。

できれば、そのゲームを遊んだ人しか分からないような、内輪の論争なぞには血道をあげずに、また、つまらないと思うゲームをただケナしてる暇があるのならば、もっと面白いゲームを探すなり、好きなゲームを他人に薦めたり、といったような動きに出ませんか？

なんだかそろそろヤバいような気がしてならないのです。そこらへん、いかがお思いになられますでしょうか？

ゲームな方々。

ゲームな人々

無理に肩書きをつけた場合、ライター兼イラストレイター兼デザイナーという、本気でうさんくさいものになるのが悩みのタネの無職。ゲームに限らず、気にいったモノは熱烈に誉める主義を提唱。誉めよう！

文・イラスト＝カルメン伊藤

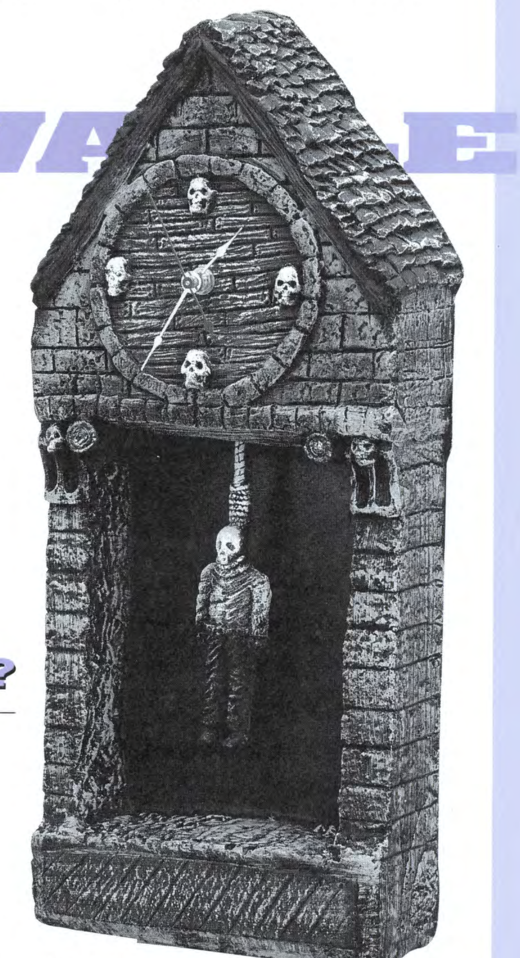
Vol.3

UNBELIEVABLE BAZAAR

空想と幻想が混沌する迷宮に広がる妖しい雑貨市。
今回の逸品は、マスクのアイツが吊り下がり、死の時を刻む恐怖の時計。ようこそ、迷宮雑貨市へ……!!

迷宮雑貨市

SAMPLE.3 首吊りの時計



唐突な話だが、「御三家」というのをご存じだろうか。そうそう西郷輝彦、橋幸夫、舟木一夫って……違～う！ その「御三家」じゃない。「御三家」というのは徳川本家に対して、紀州、尾張、水戸の各徳川家のことで……って、アレ？ また違うぞ！ なんの話をするつもりだったんだっけ？ 判らなくなってしまった。んじゃ、そういうことで、また次号～!!（オイオイ、勝手に終わるなってば！／編集部）

冗談に決まってるでしょ。イタっ！ 何も殴ることないじゃないですか、秋山デスク。ダメですよ、すぐ暴力に訴えちゃ。暴力は殺人の始まりなんですから……ということで、今回紹介する逸品は、かの有名な殺人鬼ジェイソンの「首つり振り子時計」です（しかし、何という無理矢理なこじつけか。書いてるこっちまで恥ずかしくなってくるわ……）。

ところで、なんでジェイソンが首を吊っているのかって？ それは、ホラー映画「13日の金曜日」シリーズをちゃんと見ている人ならば（しかし、そもそもちゃんと見るようなものか、アレ？）「あぁ、あの場面ね」とすぐにピーンとくるはず。ま、知らない人も多いと思うので、かい摘んで簡単にお教えしよう。

シリーズ第3作となった「13日の金曜日PART3」のラスト近く、殺人鬼ジェイソンはまるでお約束のように（まさにその通りなんだけれどもね）、ヒロインを納屋の中に追いつめて行く。逃げ場を失ったヒロインは、手近にあったロープをとっさにジェイソンの首に巻き付けるや、窓から突き落とす。辛くも勝利した彼女が納屋から出ようと扉を開くと、そこには首つり状態のジェイソンがブラ～ン。しかも……。嗚呼、ヒロインの運命やいかに?!

というような感じで納得していただいたところで、もう1度写真を見ていただきたい。時計の全体像は、まさに納屋。首を吊られてぶら下がっている人影はワーキング・シャツにパンツ姿。しかも顔にはホッケー・マスクらしきものを付けているように白い（カラーでお見せ出来ないのが残念！）。まさに映画のシーンをそのままではないか！

でも、本当にこれジェイソン？ と思った君、エライッ！ 実はこの商品、お化け屋敷などの装飾品として作られたもので、正式なライセンス品ではない。つまりバッタ品なのだ。しかしどう見ても、ぶら下がってるのはジェイソンだし、万一そうじゃなくても、首吊り死体が振り子になってる時計を考えつくとは、アメリカ人のブラックな感性、まこと恐るべシである。

で、最初の「御三家」の話に戻るわけだが、これは最近のホラーの「御三家」。「エルム街の悪夢」のフレディ、「ハロウィン」のブギーマン、「悪魔のいけにえ」のレザー・フェイス、それにジェイソンって……アレ？ レザーフェイスでもう3人？ ……エ～、お後がよろしいようで（コラ！ ごまかすな!!／編集部）。

"ジェイソン"って誰？



画面写真（右）は映画「13日の金曜日・完結編」（J・ジトー監督／84年／米）。

ホラー界の名殺人鬼・ジェイソンといえば あのホッケーマスクがトレードマークだが、実はマスクを付けて登場したのは3作目が最初（1作目にはジェイソン自身は登場すらせず）。それまではズタ袋をかぶった只の（！）殺人鬼だった。不死身のスーパーモンスターとなったのはホッケーマスクを付けて以降の話。

文=矩形葉児
ライター。先頃、現代美術家・会田誠氏が描いた超芸術的エロマンガ「ミュータント花子」（ABC出版）のカバー・デザインを担当。言葉にできないほど凄い内容だ！

秘書のよろめき

hishono yoromeki

文＝ひしょ
イラスト＝中村久男

　毎度どうも、ひしょでしゅ。前回は私に対し〝居眠り・飲酒・無免許運転で激突する〟という一風変わった形で文化交流をはかろうとした中国人のお話をしたわけでしゅが、今回のテーマはオタクでしゅ。なぜかといいましゅと、おニューのパソコンを買いに秋葉原へ行ったからでしゅ。

　ザ・プレでの読者ページのお仕事と、あるプロジェクトのバッティングで弱りまくっている私の肉体に容赦なく照りつける太陽。それに加えこの土地独特の、ある種の方々のむせ返るような香り（まぁ、言ってしまえばオタクさんの体臭なんでしゅけどね）が私を襲いましゅ。その強烈な香りは、オタクさんが大挙して押しかける休日ともなれば、秋葉原の大気をレモンイエローに染めてしまうほど。

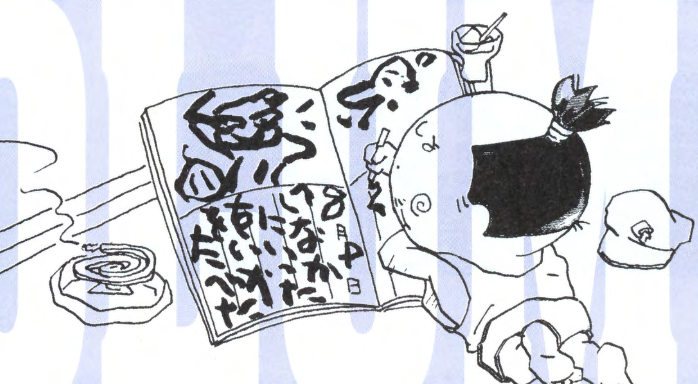
　そんな驚異的な香りを発しながら買い物をする人達を「お前らもう少しまともなファッションできねーのかよ?」という感じの蔑んだような目で見ているパソコンショップの店員。その態度があからさまに表に現われていて、さらに私をブルーな気分にさせてくれる素敵な街、秋葉原。ちなみに、その店員さんのファッションというのも、勘違い系のカッコワルさ。

　何にも悪いことしてないのに、ただ買い物をしに来ただけなのに、なんで私がこんな目に遭わなくてはいけないのでひょう?

　確かにオタクさんのそのファッションセンスや体臭は他の雑誌などでも大きく取り上げられていましゅが、私が一番知りたいのは、なんでリュックサックにいっぱいポスターさしてるのか?　ってことでしゅ。さらに電車の中なんかでそのポスターに触れちゃったりしたときの嫌そうな顔といったら。

　何が彼らをそうさせているのかは謎でしゅが、一度〝オタク改造計画〟とかいった企画をやってみたいでしゅね。カリスマ美容師にカットさせて、ブランドとまではいいませんが、こざっぱりした格好をさせてみる、とか。

　でもオタクさんをどんなに改造したところで、時間の経過と共に確実に昔のオタクオタクした生物に戻っていってしまうんでしゅよね……。まぁ、その過程を追ってみるのも面白そうでしゅが。あっ、考えてみれば、こぎれいなオタクは、もはやオタクではなくなってるんでしゅか?　うーん、パラドックスに陥りそうでしゅ。



編集者のときめき

henshushano tokimeki

文＝岸田准一（gM編集部）

「人ってね、好きになってからドキドキするんじゃなくて、ドキドキしてる時に会った人を好きになったって錯覚するんだって」
（映画『エコエコアザラク』より）

　へぇー、そうなんだ……。27年間、女の子とデートひとつしたことがない僕はこんなコッ恥ずかしいセリフにも抗うことができず、ただただ鵜呑みにして恋に焦がれておりました。しかし……。そんな僕にもついにきたんです。本当のドキドキいや、ときめき体験が!!

　先日、隣の部屋に女の子（19歳・女子大生）が引っ越してきたんですよ。大家さんに紹介された時は何とも思わなかったけど、そこはソレ、女子大生っスから。何も起こらないとは思いつつ、何かを期待したりするもんです。男ってそういうもんです。そうなんです。

　で、事件は彼女がやって来た次の日の夜に起こりました。午前1時、いつものように終電で帰った僕は自室のドアの前でふと隣のほうを……!!　見ると、ドアノブ付近にメモのようなものが貼られているではありませんか!　たかが紙きれ1枚でもプライバシーは秘密です（意味不明）。もちろん一文字も読まずに自室に入りました。

　でも……気になる。何かがオカシイ。引っ越したばかりの部屋にメモ書きなんて妙な感じだし……ンッ?!　鼻にツーンときたぞ!　これって今流行りのストーカーの仕業じゃないか?　あの小さな紙片には卑猥な言葉が溢れ、締めは「ポストを見ろ」。外からはわからないが隣室のポストには白濁した液体が流し込まれてるんだ。そうだ、そうに決まってる!

　これは大変だぞ。やはり隣の人に知らせたほうが。いや、そんなことしたら僕が疑われてしまう。そもそも何もしてなくてもアヤシイじゃないか、僕って。いつも夜中に帰ってきて朝まで電気がついている謎の住人。その隣室は頻繁に人が入れ替わる。この状況証拠だけでも僕がストーカーであることを示すに十分だ。ヤバイ……ヤバイぞ。それに、もしドアの指紋でも調べられたら。そういえば隣が空き部屋だった頃、余計な親切心からチラシを押し込んだりしたんだっけ……ああ、僕のバカバカバカ。確実に僕の指紋が出るぞ。容疑者確定。きっと明日には警察が部屋に乗り込んでくる。そして発見されるヤバいビデオと発禁本の山々。くっそーヤツらに異常性欲犯罪者の烙印を押されちまう!　ハァハァ……いっそ自首するか?　いや、それぐらいなら、それぐらいなら、このオレが犯ってやるっ!!

当コーナーは対戦格闘ゲームを始めたいと思っている初心者のための通信教育で、1年計6回の連載を通じて対戦格闘の遊び方をレクチャーしていきます。また、当コーナーとしては対戦格闘ゲームに対して無知な人が、対人戦で3連勝以上（1～2人抜きはマグレの場合アリ）することを目標としていますので、受講者の方はそのつもりでがんばっていきましょう。さて、今回のお題目は「対戦格闘ゲームで始めにするべき事」です。では、どうぞ。

2D対戦格闘ゲーム講座

通信教育

講師＝まさ

第2回 まず何から始めたらいいのか⁉

技術やセンスは二の次、勝つためには基本が大事です

「攻撃がよく当る」。連勝を重ねている人のプレイを見ていて感じる事のひとつがコレ。相手の攻撃はことごとく防御し、ひとたび行動を起せば高い確率で攻撃がヒットしていく。平等な条件で闘っているのにも関わらず、上級者のプレイでは不平等にも思える展開が繰り広げられている。もちろんそれは偶発的な出来事ではない。攻撃と防御と投げの三すくみによる闘いはある意味平等ではあるが、ジャンケンのように運任せで勝敗が決まることは、まずないのである。無論、永年の対戦慣れが導き出す神憑かりなモノもあるのだが、それを初心者が実践することは不可能に近い。しかし、上級者は特別な力を秘めているだけではなく、基本に忠実な部分も実は多いのである。大ダメージを与える連続技なんかを覚えるより、基本的な制約を覚えたほうが断然勝率が上がるだろう。

完全無欠な技はない 不変の反撃ポイントを探る

では、初心者が覚えるべき基本とは何か。それは、それぞれ技の仕組みを把握することである。対戦格闘ゲームの技には一長一短な性質が多く見られる。たとえば、リーチはあるけれど戻り動作が大きいとか、攻撃予備動作は短いけれど戻り動作が遅いなど。そしてガードさえできれば特定の技で確実に反撃できるという初歩的な知識。これらを知らないと好き放題やられてしまううえに相手の士気も高まってしまい、心理的にも不利な状況になってしまう。逆にその簡単な事実を知り、的確に反撃できるようになれば、それまで圧倒的に不利だった試合展開が対等な状況へと急変する、なんてこともあり得る。ここではひとつひとつ詳しく解説することはできないが、その傾向を挙げるので参考にしてほしい。

攻撃技の仕組みと活用法



入力

入力には特定の時間を要する。↓↘→＋Pなら最低でも3F(1/60秒)など。慣れると、その動作を見てから対策を実践することも可能。



攻撃予備動作

攻撃判定が発生するまでの無防備な動作。「出されたから防御する」のではなく、技の性質を瞬時に思い浮かべて可能なら反撃へ。



判定発生

反撃やガードはこの瞬間までに行う。ガードしているときは安心するのではなく、その技の隙を考慮して次の展開を考えて準備する。



戻り動作

この動作が遅ければ反撃可能。もちろん反撃には攻撃判定の発生が速い技が適しているが、なるべく破壊力があるものを用いる。

Ⓒこらぁ、ハメ博士！ 前回てめぇに言われた通り必殺技の入力を練習して100％出せるようになったのに、対戦で1勝もできなかったぞ、ボケェ。このオトシマエはどぉ……。
㊙あわわ、コパン君、しばらく見ないうちにガラが悪くなったね。
Ⓒあんだと、くらぁ！ いわすぞ？
博コ、コパン君落ち着いて。キミはその必殺技をどう使ってるのかな？
Ⓒアン？ どうもこうも必ず殺す技なんだろ？ だから、乱れ撃ちだよ。
博そ、それじゃダメですよ。必ず殺す技とはいっても、入力を必要とする代わりに無敵時間が存在したり通常技をキャンセルできるといった性質はあるが、隙が大きいため……。
Ⓒガタガタ言ってんな。俺のバタフライどこに隠した？ 今すぐ出せや。
博そ、その前に対戦をしないかい⁉
Ⓒよし、先に対戦で殺してやるぜ。
（――ビシッドカッバキッ……K.O）
Ⓒ……す、すげぇ……。
博そうでしょう？ コパン君もこんな風に必殺技を決めたいよね？ね？
Ⓒ博士っ！ どうすればいいんだ⁉ 俺にその殺人テクを教えてくれ！

今が旬！
THE KING of FIGHTER'99

7月中旬に発売されたSNKの最新作。プレイヤーが好みで選抜する4人を1チーム（内1人はサポート役で自由に動かすことはできない）にして闘う異色の対戦格闘ゲーム。さまざまな特殊ルールが混在するが、対戦格闘における根本的な駆け引きに変化はない。もちろん当コーナーの応用も効くぞ。



この夏、最も熱い対戦格闘ゲームだ。

格闘ゲーム予備知識

無敵（～時間）

攻撃判定が接触するとダメージを受ける「やられ判定」が消失している状態。その状態が継続する時間は技によって異なる。打撃技が当らないことを無敵、さらに投げ技をも受け付けない場合は完全無敵とも言う。

めくり（背後当て）

正面から攻撃を仕掛けているのに、ガード入力が逆になる状況、または技の名称。ジャンプ攻撃によく見られる状況で、空中で左右が入れ替わった瞬間に攻撃が当るためにガード方向も入れ替える必要がある。

次号までの宿題

CPU戦で相手の動作の隙を見つけ、必殺技で反撃する。また、対空技に適した必殺技を使う。

前回体得した必殺技の入力を実戦に反映しよう。CPUは意外と隙だらけなので、そこを狙う。闇雲に出すのではなく、確実に当たる状況で出すのが真の目的だ。

ハガキの表には名前・住所・生年月日・希望のプレゼント番号を明記し、
「編集部へひとこと」の欄に本誌を読んだ感想や意見などをお書きください。
裏側のアンケート回答欄には、以下の質問事項への答えを、黒のボールペンか鉛筆で枠内に正しく記入してください。
その際、数字はアラビア数字（1、2、3）を使い、1つのマスに1字のみを、はっきりとわかりやすく書いてください。
複数回答欄はすべて使う必要はありません。集計は機械で行いますので、
ハガキは切り取り線の通りにきれいに切り離し、回答欄を汚したりしないように注意して応募ください。

アンケートハガキの書き方

1 性別

男性 1
女性 2

2 年齢

※自然数で記入してください。ただし1桁の場合は左のマスに0を入れてください。

3 学校・職業

01 小学生
02 中学生
03 高校・高専生
04 大学・大学院生
05 短大・専門学生
06 予備校生
07 事務職
08 営業・販売職
09 専門・技術職
10 管理職
11 自営業
12 公務員
13 ｱﾙﾊﾞｲﾄ
14 無職
15 主婦
16 その他

4 所有ハード

01 プレイステーション
02 ポケットステーション
03 ドリームキャスト
04 セガサターン
05 メガドライブ
06 メガCD
07 ゲームギア
08 NINTENDO64
09 スーパーファミコン
10 ファミコン
11 ゲームボーイカラー
12 ゲームボーイ
13 PCエンジンシリーズ
14 NEO･GEOシリーズ
15 ネオジオポケット(カラー)
16 ワンダースワン
17 3DO
18 PC-FX
19 PC-98シリーズ
20 Macintosh
21 DOS/V、AT互換機
22 携帯端末
23 その他（なし含む）

5 よく読むゲーム誌

01 Game Walker
02 げーむじん
03 ゲーム批評
04 ゲーメスト
05 ザ・プレイステーション
06 じゅげむ
07 電撃王
08 電撃G'sマガジン
09 電撃ドリームキャスト
10 電撃NINTENDO64
11 電撃PlayStation
12 ドリームキャストFAN
13 ドリームキャストプレス
14 ドリームキャストマガジン
15 ハイパープレイステーション
16 ファミ通
17 ファミ通WAVE
18 ファミ通DC
19 ファミ通PS
20 ファミ通Bros
21 ファミ通64+
22 Vジャンプ
23 PlayStationMagazine
24 64Dream
25 ゲームウォッチ

6 その他購読誌(3つまで自由回答)

7 本誌をどこで知りましたか

1 雑誌の広告
2 書店ポスター
3 店頭
4 ネット
5 知人の紹介
6 口コミ

8 gM(ジーエム)を購入した理由

1 表紙が良かったから
2 知りたいゲーム情報が載っていたから
3 特集記事が面白そうだったから
4 インタビューが面白そうだったから
5 企画・連載が面白そうだったから
6 価格が手ごろだったから

9 ゲーム雑誌でよく読む記事

1 特集ページ
2 新作情報
3 攻略
4 連載・企画
5 読者ページ
6 コミック・小説
7 その他

10 ソフト購入時に参考にすること

1 雑誌紹介記事
2 雑誌レビュー
3 雑誌広告
4 テレビCM
5 体験版・販促物等
6 店頭で
7 インターネット
8 口コミ

11 gMで面白かった記事、つまらなかった記事を上位から3つずつ、表1から選んでください。

表 1

01 表紙
02 gM宣言
03 巻頭ロングインタビュー 佐伯雅司
04 特集1 逆襲のセガ
05 キューティー・グラフィック
06 物心……モノゴコロ
07 ゲームマシン夢子
08 ゲームの広告
09 ゲーム春秋
10 gMコラム 友成純一
11 gMコラム リリー・フランキー
12 gMコラム 矩形葉児
13 gMコラム カルメン伊藤
14 gMコラム ひしょ
15 gMコラム 岸田
16 格闘ゲーム通信講座
17 アンケートハガキの書き方
18 特集2 アダルトゲーム
19 激走トマランナーと愉快な仲間たち
20 風のクロノア
21 ジャイアントグラム
22 マリオゴルフ64
23 ときめきドラマVOL.3 旅立ちの詩
24 シーマン
25 99甲子園
26 久遠の絆
27 バギーヒート
28 TRIBES
29 こみっくパーティー
30 俺の屍を越えてゆけ
31 エバークエスト
32 ストラトスフィアー
33 ポップンミュージック
34 憧れ
35 カルドセプト
36 エースコンバット3
37 せがれいじり
38 ゲーム絵師の肖像
39 あの頃の私とゲーム
40 蝶はすぐ死ぬ
41 他誌済々
42 オレ的ゲームランキング
43 新郊外ゲームエイジ
44 読者プレゼント

12 今まで発売されたゲームで一番好きなもの

13 これから発売されるゲームでほしいもの

14 興味のあるクリエイター

15 お気に入りのゲームCM

16 ゲームを遊ぶ頻度

1 毎日
2 週2～3日
3 週1日
4 月2回ほど
5 月1回ほど
6 好きなゲームが出たときだけ
7 ほとんどやってない
8 その他

17 本誌の価格は適当ですか？

01 適当
02 ちょっと安い
03 かなり安い
04 ちょっと高い
05 かなり高い
06 もう買いたくないほど高い

gM第5号は、9月30日に発売予定です。

郵 便 は が き

料金受取人払

日本橋局承認

2775

差出有効期間
平成12年12月
10日まで

103-8730

（受取人）

日本橋郵便局私書箱358号

ソフトバンク パブリッシング（株）

ジーエム 04号　編集部行

（フリガナ）		生 年 月 日
お 名 前		19　年　月　日生
ご 住 所 □□□-□□□□	都道府県　市区郡 TEL　（　）	
希望するプレゼント番号（P144を参照）	賞品番号	賞品名
E-mail アドレス		
編集部へひとこと		

ジーエム　04号アンケートハガキ

（書き方は48ページを参照してください）

1 性別 □

2 年齢 □

3 学校職業 □

4 所有ハード

□ □ □ □ □ □ □

5 よく読むゲーム誌

□ □ □

6 その他購読一般誌

（　　　　　　　　　　）

7 本誌をどこで知りましたか

□ □

8 gM(ジーエム)を購入した理由

□ □

9 ゲーム雑誌でよく読む記事

□ □ □

10 ソフト購入時に参考にすること

□ □ □

11 gMで面白かった記事、つまらなかった記事を上位から順に3つずつ表1の中からあげてください

●面白かった

1位	2位	3位

●つまらなかった

1位	2位	3位

12 今まで遊んだゲームで一番好きなもの

（　　　　　　　　　　）

13 これから発売されるゲームで欲しいもの

（　　　　　　　　　　）

14 興味のあるクリエイター

（　　　　　　　　　　）

15 お気に入りのゲームCM

（　　　　　　　　　　）

16 ゲームを遊ぶ頻度

□

17 本誌の価格は適当ですか？

□

Feature Story 2

アダルトゲーム

何がマニアを熱くさせるのか

取材・構成・文＝
激亀仙人、J.O.宍戸、
Team MILCHA（MILCHA、猫丸）、
編集部



何がマニアを熱くさせるのか

アダルトゲーム市場の今

アダルト、18禁、美少女……カテゴライズは数々あれど、とにかくこの業界は不況下でも元気である。安定している。なぜなのだろう。その元気の源を探るべく、gMが禁断の園へと踏み出す。

コンピュータがパーソナルな存在となり、アプリケーションが必要とされる箱となったときから約20年。パソコンとアダルトゲームは切っても切り離すことのできない関係となった。しかし、その道のりは決して順風満帆ではなかった。批判、非難、反発…さまざまな障害を乗り越え、いまのアダルトゲーム市場がある。

ひと昔前まで18禁ゲームといえば、あか抜けない、どこかアンダーグラウンドなイメージがまとわりついて離れないジャンルだった。確かにそうだったはずだ。ところが、今では、マニアたちの間では、その性的欲求という本来のニーズのほか、もう1つ何か別次元の話題を提供するメディアとなっている。さらにはアダルトゲームは、毎月数多くのソフトハウスから、多数のタイトルが発売され、すでに国産PCゲーム＝アダルト美少女ゲームといっても過言でないほどのシェアを占めるにいたっている。AVや風俗と同列の、ただのヌクためのメディアでは、けっしてこうはならないだろう。確かにいまだに色眼鏡でこのジャンルを見る向きも多い。しかし、インターネットの普及、風営法の改正など、アダルトゲームを取り巻く環境は、数年前とは比べ物にならないほど激変し、進化・健全化している。とにかくこの世界は「熱い」。

そんな現代PCゲームを象徴する1つのカテゴリー、アダルトゲームたちの、置かれた状況にさまざまな角度から焦点を当て、われわれも知らなかった世界の深層を考察してみようというのが、この特集の主旨だ。gMとしては初の試みであるし、てこずったことも確か。しかし、われわれも感じた〝何か〟をみなさんも感じていただければと思う。

年間売上規模

(一般PCゲーム：20,000,000,000円)
(コンシューマゲーム：710,000,000,000円)

25,000,000,000円

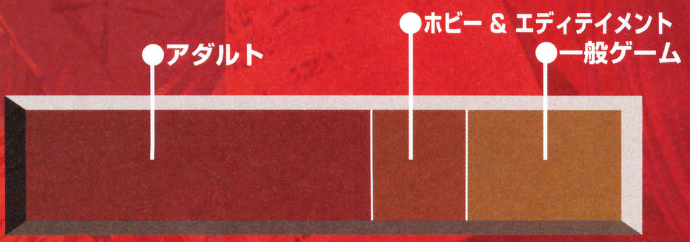
アダルトゲームには通常流通、専売流通（P82参照）という2つの流通システムがあり、年間売上規模は推定しかできないが、近年一般PCゲームとの差は逆転している。アダルトは安定し、一般PCゲームが低迷しつつあるというイメージだ。※アダルト、一般PCソフト推定額は流通へのヒアリングから1998年度分を推定、コンシューマはレジャー白書'98より1997年度分を引用。

メーカー数

約300社

(※ソフ倫登録ブランドから推定)
(一般PCゲーム：約100社)
(コンシューマゲーム：約470社)

ソフ倫は、アダルトは1社3ブランドまでOKとしている。各社ブランドによってジャンル分けしたり、クリエイター分けしているのだが、新たなブランドを立ち上げたい時には、旧ブランドを登録抹消して新規登録し直すらしい。アダルトゲームメーカーが300社（ブランド）と多く見えるのは、そういった理由による。ちなみにコンシューマは基本的に1パブリッシャー＝1ブランド。とはいえ下請けとして動いているメーカーも多いのだが。



PCゲームジャンル比

PCゲームの売上ランキングBEST50に入った販売本数を、単純に比率として表すと、このようになる。発売平均タイトル数よりも、さらにアダルトの強さが引き立ってくる。BEST10内には一般ゲーム3タイトル平均入るが、そのなかでホビー&エデュテイメント系が意外と健闘しているのが特筆できる。※データはデジタルメディアナビゲーター7月号より。

PCゲーム総人口（コンシューマゲーム：約323万人）

220万人

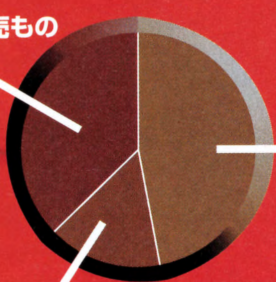
特定の余暇活動を1年間に1回以上行った人を算出した数字が、余暇総人口。PCゲームは趣味・創作部門、コンシューマは娯楽部門に分けられているが、約100万人差でしかない。PCゲームと同レベルのものは、釣り、音楽会・コンサート、パチンコといったところだが、PCゲーム総人口は上向き傾向とはいいがたい。※データはレジャー白書'98より。

ソフト平均単価

約5,419円

（一般PCゲーム：約6,008円）
（コンシューマゲーム：約4,741円）

ゲームという括りでいうならば、どの機種、どのジャンルのソフトでも、ここ数年開発費は高騰し続けている。最近では、コンシューマゲームも低価格ソフトも出始めているが、一般も含めたPCゲームは、1万円から980円とさらに価格帯も幅広い。ビデオCDものや旧作移植などが多いためだが、本当の意味でのゲームの価格帯は、いまは7000円台から8000円台が主。



新作・旧作比率平均

このデータは月間販売本数から、PCゲームの当月発売、前月発売、それ以前発売の割合を出したもの。新作、旧作という分け方でいえば、まさしく半々となる。最近ではコンシューマ以上に新作の売れる期間が短く、売れるものと売れないものがはっきりしているこの市場だが、これだけ旧作が安定しているのは好材料ではないだろうか。※データはデジタルメディアナビゲーター7月号より。

PCゲーム年間費用

約80,000円

（コンシューマゲーム：約10,700円）

この数字を見るとおや？と思うだろう。圧倒的にPCに関する年間平均費用は高い。約8倍。PCユーザーはもともと10代から40代と幅広く、自分の自由になるお金を持っているが、この8万円のなかにはソフト購入以外に通信費も含まれている。じつはインターネットがPCゲームの年間費用を押し上げ、圧迫しているといえる。純粋にソフト代ということで考えると、PCゲームは年3～4本、コンシューマは、2本平均となるのではないだろうか。※データはレジャー白書'98より。

月平均発売タイトル数

約70タイトル

（一般PCゲーム：約66タイトル）
（コンシューマゲーム：約87タイトル）

これを見ると、意外とアダルトも一般PCも、コンシューマと差がないように思える。しかしPC系のゲームは、Windows対応の他に、ビデオCDやDVDソフトなども含んでの数字。純粋にゲームとして見ていいようなタイトルはそれぞれ20～40タイトルというところだろう。とはいえ、コンシューマタイトルも、ベスト版や携帯機ゲームも含めての数字であるため、結局基本的には大差がない。



メーカー7社に見るメーカーの多様性

業界の創造主たちは何を模索するのか？

変化してゆくアダルトゲーム業界
老舗と呼ばれるメーカーもあれば
出来たばかりのソフトハウスもある
その多彩な顔ぶれを通じ
業界の一幕を垣間見る

コンシューマーゲーム業界における老舗は、主に（18禁でない）一般向けパソコンゲームやアーケードゲームを作っていたところであることが多い。それに対して、アダルトゲームの老舗は今も変わらずアダルトゲームを作っている。この違いはどこから来るのだろう？　その疑問を解決するために、現在、一線で活躍しているメーカー7社にご登場を願った。それぞれに特徴あるメーカー、ゲームブランドである。コンシューマーの主だったメーカーとそのイメージを比べながら見てみるとこの業界像のようなものが見えて来る。

なお、今回本来ここに入って然るべきメーカーが他にもある。その最大のものが「エルフ」という会社だ。同社にも取材の申し込みはしたのだが、先方のスタンスとして、原則今回のような取材には応じていないという。その時間を少しでも開発に傾けたいとのことだった。これもまたひとつのスタンスであるといえるだろう。この業界にはそういうメーカーもあるのだ。

ALICE SOFT

ALICE SOFT

アリスソフト

http://www.alicesoft.co.jp/

もちろん売りたいけど、一番である必要はない

鬼畜で外道な、それでいて憎めない戦士ランスを主人公にした「ランスシリーズ」をはじめ、数多くのヒット作を抱える業界のオピニオンリーダー。その徹底したユーザーフレンドリーな姿勢の源を再確認する。



設立は1989年4月。この春で満10周年を迎え、現在までにリリースされたタイトル数は約40タイトル（移植を含めない数字）を数える大手ソフトハウス。中でも96年にリリースした同社初のWindows95版ソフト「鬼畜王ランス」は大ヒットを記録し、設立以来のファンに加え、多くのユーザーを獲得した。99年には女性のための新ブランド「ALICE BLUE」からもソフトのリリースが予定されているなど、他に類を見ないユニークな活動が同社の特色になっている。

美少女ゲームという呼び方が一般的になったのはこの10年ほどのことだろう。その初期から現在までずっと、アリスソフトというブランドはゲームファンをはじめとして、他メーカーからも常に注目されてきた。アリスソフトの作品には、キャラクターやストーリーに他に類例を見ないユニークなものが多く、それが幅広いファンを獲得する要因になっている。ファンといえば、設立当初からBBSを開設したり、ファンクラブを作って会誌を定期的に発行するなど、さまざまなファンサービスをいち早く導入したことも見逃せない特色。そのためか熱狂的な固定ファンが多いあたりは、さすがに老舗ブランドといえるだろう。

そのアリスソフトを代表するデザイナーが今回登場していただいたTADAさん。ランスの生みの親としてファンにはおなじみの人だが、ここではアリスソフトというブランドの特色や目指す方向について語ってもらった。

――まず、アリスソフトというブランドについて、一貫しているスタイルというか、姿勢について聞かせてください。

TADA　まず、パソコンのゲームを作るということが第一。コンシューマでもかまわないんでしょうけど、パソコンのほうが自由ですからね。

――それはハード面の制約ではなくて、チェックの問題ですか？

TADA　チェックの問題が大きいですね。あとは完成度とか、キレイであることとか、そういったことがかなり求められているから。

――逆にいうと、そういうところに重きを置いていない？

TADA　そうですね。

――では、どこに力を入れたいと思っていますか？

TADA　ぼくとしては変わったこと、新しいことをしたいな、というところです。基本は自分がやりたいゲームを作るということなので。ただ、アリスソフトにはデザイナーがたくさんいて、それぞれ考え方が違いますけど、ぼくひとりを例にとると自分がやりたいこと、自分がプレイしたいものを作るいうことをいちばんの前提条件として考えていますね。その上でユーザーさんが求めるもの、今これを出したら喜ぶだろうな、ということには逆に一歩置きます。「ぼくは面白いと思わないけど、ユーザーさんは面白いというから作ろうか」というのはやりたくないんです。

――オリジナリティにこだわる？

TADA　自分がオリジナルと思っても、何かに似るということはありますけど、それでも意識してなるべく違うもの、少なくとも、現在はやっている

取材・文＝Team MILCHA（MILCHA、猫丸）

ALICE SOFT アリスソフト

http://www.alicesoft.co.jp/



Rance2－反逆の少女たち－
PC98/PC88/PC88VA/MSX2/X68/TOWNS
6,800円
90年5月15日発売
「ランス」人気を決定づけた第2作目。途中でランスとシィルの章に分かれて行動、再会して志津香と最終決戦する。現在はロットアップ。



いけないかつみ先生
WIN95
6,500円
97年4月発売
通販専用ソフト第2弾。天下無敵の内科医・蘇芳かつみは、女の子が大好き。大阪の街を徘徊して、Hなイベントを見よう。



鬼畜王ランス
WIN95
8,500円
96年12月19日発売
シリーズ番外編は国盗りのSLG。なんとランスが国王に!?　さらわれたシィルを取り戻し、世界中の国と女を支配しよう。



戦巫女－Vestal Virgin－
WIN95/NT
7,500円
97年10月30日発売
アリスソフトとしては珍しい一般ソフト。結界に封じ込めた魔物を倒すために、巫女である飛鳥ちとせを育成するSLG。



ぷろすてゅーでんとGood
WIN95/98/NT
7,500円
99年1月14日発売
93年に出た「ぷろ〜G」の続編。アニメとゲームのパロディがてんこ盛りのSLGだ。主人公・猿藤のおバカなノリが最高!!

ものは作らないという気持ちで作ってます。

——他のデザイナーの皆さんもそうですか？

長谷川　そのへんは人によって違うんですが、他のクリエイターの作ったアイディアをTADAが見て、フィルター通すわけじゃないですか。だから最終的にTADAのカラーが会社のカラーに出てる。もともと彼は装飾というのがあまり好きじゃないんです。たとえばパッケージをもっと豪華にしたいというような「気取り」の部分が削がれてるというか、そういうところがアリスソフトのブランドイメージになってるのかな、っていう感じはしますね。

TADA　たぶんぼくのフィルターを外したほうが、むちゃくちゃ売れるゲームができるんでしょうけどね(笑)。

——そういえば、いわゆるギャルゲーは作っていませんね。

TADA　作るかもしれませんけどね(笑)。ぼく個人が作るなら、現在の恋愛ギャルゲーが廃れてからなら作りたいですけどね。「もうだれも作らないよ、そんなの」という時代に。

——『ALICE BLUE』ブランドも、そういう延長線上にあるものですか？

TADA　そうですね。まったく誰もというか、ほとんどのメーカーが手を出していない部分なので。

——「ぱすてるチャイム」以降のソフトには「アリスCD」が付くようになりましたね。あれはどういうところから？

TADA　以前からソフトの中に「アリスの館」というインフォメーションコーナーを付けてきたんですが、他の会社も似たようなことをやるようになってきて、そろそろ飽きたので、まったく別なものにしようということで。

——スタッフのコーナーや新作のデモだけじゃなく、過去のゲームのWindows版はつけちゃうし、オリジナルの新作ゲームも掲載しちゃうし、あれはいったいどういうことですか？

TADA　おもしろいじゃないですか(笑)。というか、うちの会社はこれまでにも試作の段階で終わったゲームがいくつもあったんです。でも「アリスCD」という媒体があればそれが世に出せますから。商品に仕上げる前の段階の、好き勝手に作って「もうええやん。飽きたからこのへんでやめよう」というのを、「アリスCD」なら出してもいいから(笑)。

——とりあえず遊びで？

TADA　遊びですね。全力投球します。この遊びに(笑)。

——ところで、現在のアダルトゲーム業界について、どう思います？

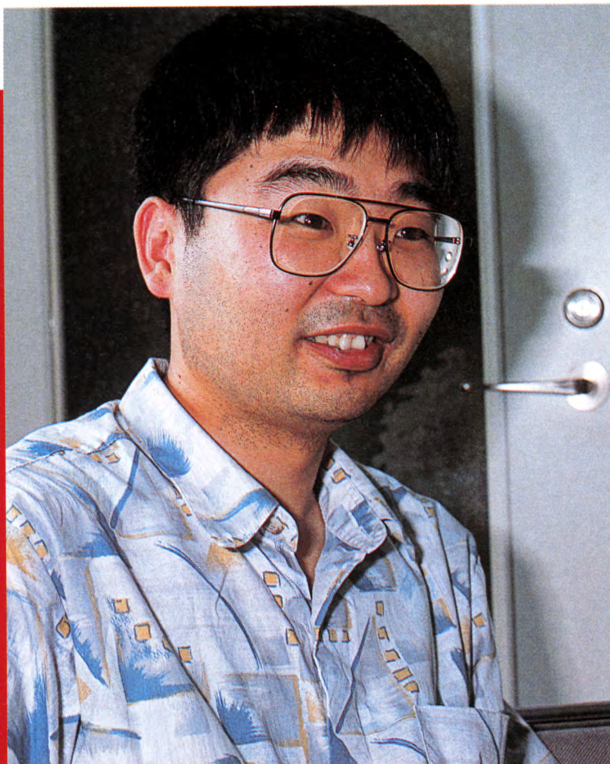
TADA　市場規模がでかくなりすぎたような気がします。エロゲーって、もうちょっと日陰のものじゃないかなあ。日陰のほうで、こそこそっと。

——国産パソコンゲームで18禁じゃないものを探すほうが大変ですものね。

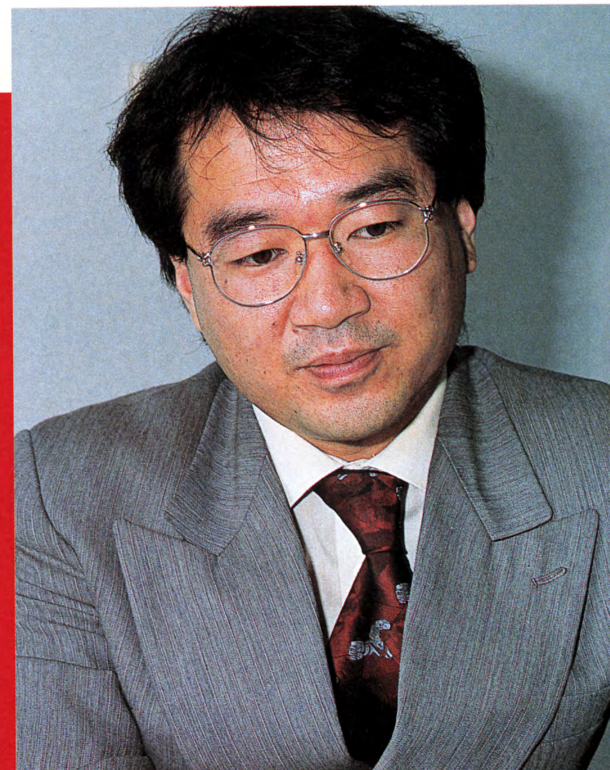
長谷川　あれはいかんですね。

TADA　今、うちの会社がいちばん大事に考えんといけないのは、会社が大きくなって他の会社が波に乗ったり市場の方向性がこっちだというときに、自分を見失わないようにするいうこと。「それはそれ、でもおれたちの方向はこれ」というふうに。流れに安易に乗ってしまうと、たぶんもう引き返せない。そういうメーカーになるだろうな、という気がします。

——逆にいうと、そこがアリスソフト



TADA●アリスソフト開発本部長。
「ランスシリーズ」、「闘神都市」など数多くのヒット作のデザイナーとして知られる。



長谷川吉孝●TADA氏と共にアリスソフト設立当時よりプログラマーとして数々のソフト制作に関る。
現在はアリスソフト業務部長。

としてのアイデンティティなわけですよね。

TADA　一番になる必要はないと思ってますから。もちろん売れたいですけど、まあ順位的には真ん中ちょい上くらいにいれたら十分。ビッグヒットを出すために何かを変えなあかんというなら、たとえその瞬間は勝てても失うもののほうが大きすぎます。だから自分たちの路線が世間に認められて、主流になれば嬉しいですね。粗削りであろうと、変わった遊び感覚を与えてくれるものをもっとユーザーさんが認めてくれる世の中になったらそれが一番。

――「売れなくてもいい」というのは「買ってくれなくてもいいよ」という意味ではなくて、「こだわって作りたいから媚びないよ」といってるわけですよね。

TADA　「君ら、イチゴ好きだろう。じゃイチゴ乗っけようか」というてケーキ作るのはしたくない。「おれはミカン好きなんだ」いうてミカンばんば乗っけて「ほらミカンのほうがええやろ。みんなミカン食ってくれ」というのがいいですね。たとえみんなイチゴに行っても(笑)。今でいうと、音声がそうなんです。ぼくは音声はゲームにいらんと思ってる。ただ、これはアリスソフトの特色ではなく、ぼくの願望になりつつありますけどね。スタッフの中には声入れたいとか、アニメーションしたいいうのもありますし、それをいつまでもぼくの古い考えだけで止めるというのもね。だから作る人間が「これは声入ったほうがええねん。声入れたいねん」というなら、ぼくはいいと思う。「これ声入れたほうが売れるから」というなら、それはなんか「入れるなよお前」と(笑)。時代に迎合するのは一番にはなれませんから。さっきとは別の意味で。

――その「一番」というのは売り上げ本数じゃなく、TADAさんの評価としての「一番」なんですね。今後もそういう路線でソフトを作っていくわけですか。

長谷川　売れるものというよりは、今のファンを裏切らないもの。それでいてびっくりさせるものを作りたいですね。

――驚かせながら引っ張っていけるもの？

長谷川　「あ、また予想どおり来た」というのじゃ、人間ついていけないじゃないですか。たまには刺激がないと。だから現状路線ですかね(笑)。

TADA　ぼくは新しいもの好きというか、ぼく自身が新しいゲームをしたいんです。「ああ、これは初めてしたパターンのゲームだよ」というのが。ああいう感覚をユーザーさんに持ってもらえるものを作りたいですね。

――最後に、ユーザーへのメッセージをなにか。

長谷川　……買ってください(笑)。というより、「楽しみましょう」という感じですか。

TADA　ユーザーさんが認めてくれる限り、無茶なものを作り続けるんで。買っていってもらいたいな、と。そして無茶なものをどんどん認めてほしいな、と思います。

(7月13日　大阪・アリスソフトにて収録)

何がマニアを熱くさせるのか

D.O. ディーオー

http://www.do-game.co.jp/

アダルトゲーム黎明期からの老舗として、そして元ソフ倫理事長として、さまざまな形で業界に寄与してきたD.O.の佐藤社長。美少女ゲームに対する自社の姿勢から、業界の問題点さらには未来へと、多少厳しく、そして激しく語ってもらった。



佐藤社長が唱える「VirtualMate（仮）構想」とは、ひとことでいえば、安価に提供できる美少女（アダルト）コンシューママシンで業界を活性化しようというもの。現時点ではさまざまな問題をはらむため、具体的に解説することはできないが、佐藤社長は、「誰がテレビゲームをおもちゃだと、子供向けだと認定したのか。ショップとかでテレビゲームを買っている人の大半は大人です。だとしたら、その大人向けのテレビゲームがあってもいいのではないかと思う」と語る。そういった部分、そして業界の閉塞感を打破する意味を含めて発想し、実現に向けて動き出している。今後もこのVM構想は注目だ。



Keyperson
佐藤健次
㈱ディーオー代表取締役社長
1990年2月に㈱ディーオーを設立し、同年5月16日「帰り道は危険がいっぱい」でソフトハウスデビュー。その後妖獣戦記シリーズ、ブランマーカーシリーズ、「虜」「キミにSteady」「せ・ん・せ・い」などを発表。先日発売した最新作「加奈〜いもうと〜」も大ヒット。ソフ倫（コンピュータソフトウェア倫理機構）の初代理事長も務めた、業界の重鎮。

「加奈〜いもうと〜」のヒットで記憶に新しい、D.O.を率いる佐藤社長は、ほかにも最近では専門誌で「VirtuaI Mate（仮）」と称される構想を披露し、その活躍は内外から注目されている。そういう意味では、いちソフトハウスとしてのD.O.の現在、未来をお話いただくより、より大きな視点でアダルト市場、業界事情、そして未来の戦略を語ってもらうことのほうがふさわしいと、編集部では判断した。よってここではあまりメーカーとしての今後、という話は出てこないかもしれないが、氏の話は、それでもファンを納得させることになるだろう。

——いまのアダルトゲーム市場に何か不満や不安があるとすれば、どんなところですか？

佐藤　PC-98の時代に、例えば私も大好きだった「三国志Ⅲ」は20万本売れた。それから数年たって今度「同級生」が売れた。10万本。これはDOSの時代ですけど、その後、WIN95、98が出たと。でも、相変わらず、最高に売れて10万本の世界なんですよ。それが純愛系であろうが、うちの「虜」みたいな凌辱系であろうが、変わらない。パイが広がっていないんです。なぜかと考えると、まずパソコンが高い。さらに非常に敷居が高い理由は、インストールに失敗したとか、なんかDirectXがおかしいとか、そのへんがあるじゃないですか。もちろんWindowsCE3.0とかが出てきたりして、普及していけば違う面も出てくると思いますけど、現状ではパソコンはそういう敷居の高さがあるからパイが広がらないという停滞感はあります。

——PCも最近では開発費の高騰という問題があるようですが、実際にいかがですか。

佐藤　D.O.を作った時っていうのは、実はスーパーファミコンがドーッと出てきて売れ出した頃で、テレビゲームにすべてのパソコンゲームが吸収されちゃうよっていう危機感を持ってたんですね。その頃、うちの内部での会議で、パソコンは解像度高いからきれいな絵を中心にしたものを作っていけば、絶対生き残れるという判断から、美少女ゲーム作ろうと始まっているんですよ。そうである以上、宿命的にきれいなものを作らなければならない。



「せ・ん・せ・い」
WIN95/98、PC-98NXシリーズ
8,800円
98年11月14日発売



「キミにSteady」
WIN95/98
8,800円
98年6月12日発売



「虜」
WIN95
9,800円
96年10月11日発売

芸術といえるものを世界へ！　日本の底力を見せたい

16色、256色、今はフルカラーですね。さらには、たとえば今までは静止画でよかったものが、フルモーションのアニメーションを入れたりしなければならない。当然絵を描く枚数も増える。塗るっていう手間も増える。そのあたりで年々グラフィックの質の向上は、予算上のウェイトを占めるようになってきますよね。プログラム技術がどういうとかいうよりも、そこらへんが高騰の原因になっている。あとは、声優さんを使い出して高くなったのも、1つ。声優さんの声をゲームに入れたのはうちが一番で、うちがいうのもへんだし、怒られちゃうけど。

──最近では風営法改正とか、児童ポルノ法案とか、倫理という意味でも難しくなっていますよね。

佐藤　ソフ倫ですか、私は創立メンバーで初代の理事長をやり、役員を丸5年間やって、去年の3月で皆さんに後をお願いして、今一加盟メーカーとしてやらせてもらってるんです。それでも、今回の児童ポルノ法案や改正風営法がらみの総会の倫理規定改定にあたっていろいろいわせてもらっていますよ。実際二法案の中からいわゆる「絵」は削られているし、美少女ゲームは関係ない。ところが、ソフ倫の中で逆に何か自主規制しなきゃみたいな使命感のようなものが生まれてきた。そこで、私がいったのは本当に規制は必要なのかと。もしかしたら、美少女ゲームを作ってることを自分でどこか照れてるんじゃないのと。我々は公衆便所のラクガキを描いているわけじゃないよと。

──そういう意識を持っている人はいるかもしれませんね。

佐藤　私は美少女ゲームは現代の浮世絵だと思ってるんですね勝手に（笑）。新卒の面接や新入社員の研修でいうんですが、本気で美少女ゲーム作るやつしかいらないといっているんです。照れながら作るなと。少なくとも現代の浮世絵だという、その気持ちを受け入れられるやつだけが、うちの会社に来いっていうふうにいってるんです。ニーズあるから、欲しがる人がいるから「虜」みたいにムチでバチバチ打ったりとか、ロウソク、タラタラみたいな世界は作りますよ。でも、ゲーム性を見ていただければ、ただロウソクをたらすのではなく、例えばその数日前にロウソクたらした時と、1カ月後にロウソクたらした時の女の子の返事の仕方やあえぎ方ひとつひとつまで作り込んでいるということがわかってもらえるはずです。そのあたりまでの作品作りというのは、我々にしてみると口幅ったいですが、もうアートの世界なんです。単なるポルノを作ってるわけではない。そうやってスタッフを育てているんです。そういう意識は業界に必要じゃないかと思います。

──じゃあ、この業界が21世紀を明るく迎えるために必要なことはなんでしょうか。

佐藤　これはぜひ書いてほしいんですが、私はゲームが大好きだってこと。あといっておきたいのは、美少女ゲームメーカーで働く人たちが、どういう人たちかということです。自分は美少女ゲームを作ってる。しかもランキングに入りたい。で、勝った負けたとか、そういう世界味わってるのに、ライバル会社のソフトを夕方6時に仕事終わったら、7時までの店に走って買いに行く、そして、翌日遅刻する……。で、その遅刻したことを良しとする経営者ばっかりの業界だということです。こんな業界あまりないですよ。某中部地区の町に行ってみたら、そこの会社の車しか走ってないですよね。でも、我々はそんなこと全然関係ない。みんなでおもしろい、おもしろい。俺たち、これで食えるって幸せだよなと思う連中なんです。ということは、美少女ゲームメーカーは、みんなで連帯感をもって仲良く、将来のことを考えていくべきだということなんですよね。で、マンガとかアニメに次ぐ輸出文化として昇華させなければならない。売れますから、海外。うちは、ヨーロッパに現地法人持っていますけど、ヨーロッパの人は本当に気持ちがいいくらい、「これこそアニメ・ジャパニーズ・ウキヨエ」ってバンバンいってくれますし。1回ファンの集いをやったんですが、驚いたのはT銀行ロンドン支店の課長さんとか来てるんです。なんだろうなと思ったら、英語で真剣にいってるんで、クレームかと思って通訳の人に聞くと、「いやー、やりましたよ」って話で。だから、みんなが連帯感を持って、いいもの作るような土壌作り。インフラももちろん必要だろうし、みんなの意識を高い次元でもって、真面目に正面から美少女ゲーム作ろうよと。だけど、世の中に対しては、やっぱり一定の規制が加わるのは、これは仕方ない部分だから、そこは自覚しようよと。そのうえで、文化といえるようなもの、芸術といえるものを作って、世界に送り出して、日本の底力を見せられればという、それがやっぱ21世紀に対して一番思うところなんですね。

（7月8日芝浦・D.O.にて収録）

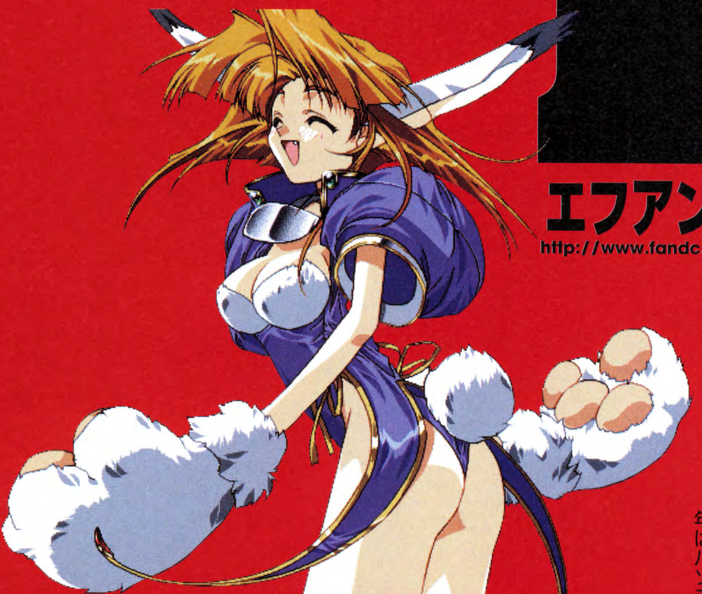
F&C

エフアンドシー

http://www.fandc.co.jp/

長い歴史のあるフェアリーテール、カクテルソフトという2大ブランドを持つF&C
特にそのキャラクターのかわいさはコンシューマーのユーザーを含め幅広い層に支持されている

美少女キャラクター　長くファンに愛される存在



それこそ11、12年前から、パソコンゲームが世に出はじめた頃からゲームを作ってきているF&C（当時はフェアリーテール）としてみれば、ここ数年はパソコンを取り巻く環境が変わってきたことを強く感じるという。パソコンの価格が下がり、マーケットが広がったという感覚は、長く業界でゲームをリリースし続けているF&Cならではの感慨があるだろう。

F&Cとは、フェアリーテールとカクテルソフトという、同社の2大ブランド名からとったもの。1997年に、従来のアイデスから、このエファンドシーに社名を変更した。細かくいうと、フェアリーテールブランドの中に、さらにレッドゾーンとハードカバーというホラーやハードなアダルトを扱うブランドが存在する。最近は、これらのブランドからのリリースはないのだが、準備はしているという。

また、F&Cは今年から、「FCN」（F&C Network GAMES）というネットワーク対戦型のゲームをリリースしている。ホームページ上で段階的に希望者を募りCD-ROMを配布しているのだ。ゲーム自体は、ポーカーやブラックジャックなど5つのミニゲームが遊べるもの。これまでの同社から発売された数多くのタイトルに登場する女性キャラクター365人が登場するというものだ。継続的に料金を要求するものではないため、利益を出すというよりは実験的な要素が強いという。ただし、これについては、ファンが集う場を提供するものと割りきっているという。

残念ながら、F&Cにしてはここのところ寡作の傾向にあった。しかも、97年から発表していた、「ロマンスは剣の輝きII」などは、再度発売が延期となり、ようやく今年の年末に発売される見通しである。ただ、こういった発売延期は、丁寧な作品作りの裏返しという意味でもある。ゲーム業界の悪しき風習といわれるかもしれないが、待たせただけのものは提供する。それは守ってきているのではないだろうか。だからこそ、発売タイトルに対するユーザーの期待度が下がることもないし、発売すれば、秋葉原のショップ等に行列が作られることになるのである。

そして、そうしたタイトルに登場するキャラクターがまた、ユーザーから支持され、F&Cの資産となっているといえるだろう。18禁としての表現も含めて、井手氏自身「サービス業であると思っている」そうである。サービスであるし、ゲーム的な流れで自然とそうなるものとして考えているという。ユーザーが求めるものを提供しよ



Keyperson
井手健介氏
エフアンドシー（株）代表取締役
同社の前身である社名アイデスが氏の名前から来ていることはあまりにも有名。





年末にひかえる大作「ロマンスは剣の輝きII」

　冒険者ギルドに所属する盗賊「キース」。父同様に盗賊となり、夢果たせなかった父の意志を継いだのだが、元来情に厚く、優しい性格のキーのもとにはさまざま依頼が持ち込まれ、探索、冒険を繰り返していた。そんな、ある日、エルファーシアという豪商の一人娘と出会う。頼まれたら断れない性格のキースは、彼女の願いを聞き入れ、銀の虹の探索に乗り出すのだった。

　システムは依頼を受け、それをこなして行くタイプのRPG。最初に出会うエルファーシア以外にも、キースの住み込んでいる夕闇亭のマスターを通じての依頼やイベントによるさまざまな出会いがある。

　中でも、神官見習いシャロンや、旅先で出会った魔法使いのリュキア、ウサ耳族のポップルといった合計8人の女の子たちとは、最大5人までのパーティーを組むことができるのだ。彼女らとともに、時には冒険、時には探索へと向かうのである。もちろん、冒険だけでなく、イベントなどを通じて、パーティーには加わらないエルファーシアを含めた9人の女の子たちと、いかに仲良くなるかも重要な要素。どの女の子と交流を深めて行くかで、ストーリーやエンディングも変わってくる。









最大5人までのパーティーを組むことができる。最大というからには、お気に入りの女の子と2人きりでパーティーを組むことも可能だ。とはいえ、パーティーに参加してもらうには、彼女らの信頼を得る必要がある。彼女らとの出会いや依頼、そしてプレゼント攻勢なども重要な要素となる。また、スピーディーな展開のために、ちょっとしたイベントでは、通常の画面のうえにキャラクターが表示されて会話が進行する。







一方重要なシーンでは、完全な一枚のCGによって、そのシーンが演出される。キースが依頼される仕事は、こうした女の子たちに密接したものもあれば、まったく別個のものもある。経験値を自由に配分出来るシステムや先のパーティー構成のシステム、そして、こうした自ら依頼を受けるかどうかを選択するシステムによって、かなり多彩な展開が期待できそうである。

■「ロマンスは剣の輝きII」■WIN95/98■価格未定■99年年末発売予定

うとすれば、それなりの表現を必要とされるため、結果として18禁になるというわけだ。さらには、作りたいものを作ってみたいという欲求を持ちながらも、自分たちは好きなものだけを作っているのではなく、ユーザーの喜ぶものを作るのが最大の利益になることを念頭においているということだ。

　また、そうした中でも、キャラクターは大切にしているとのこと。そういうスタンスでいるからこそ、10年も前の美少女キャラクターがいまだにファンに支持されているわけである。そして、そういった美少女キャラクターは、F&Cがタイトルを発表するごとに着実に増えていっているのだ。

　しかも、F&Cのゲームは、サターンの18歳以上推奨への移植をはじめとして、コンシューマーへの移植率が高い。移植そのものは他社によるものなのだから、それだけ他社から見て魅力のあるタイトルを有しているということでもあるわけだ。そして、「FCN」にキャラクターを使ったミニゲームとしての側面があるように、こうしたミニゲーム集的なアクセサリー集、Windows用の壁紙やスクリーンセイバーを収録したバラエティー集という面でも、F&Cは早くから手をつけている。これもまた、各タイトルのファンに対してのサービスと言えるだろう。

　だから、デジタルキャラクターショーのようなキャラクターとファンとの接点となるイベントにも欠かさず参加する。ファンもそれを期待してイベントへ足を運ぶ、そういった典型的な熱心なファンをしっかりつかんでいるスタイルは、ゲームメーカーとしては、いまでこそ当たり前のスタイルである。しかし、そうとは意識していないかもしれないが、これはF&Cが確立したスタイルなのではないだろうか。

　だからだろうか？　井手氏はこうもいう。「凌辱系とかってありますよね。どちらかというと凌辱は嫌だなあ、女の子いじめて喜ぶのはどうも」。F&Cのキャラクターを大事にするというスタンスはこうしたところにも現れているように思えるのだ。





最初にパートナーとして女の子を選んでゲームに挑む。対戦相手に勝てば相手のパートナーを奪うことも出来るかも！

実験？サービス？莫大なキャラクター資産が可能にした「FCN」

本文中でも触れたように、「FCN」（F&C Network GAMES）には365人もの美少女キャラクターが登場する。ポーカーやブラックジャックなど5つのゲームが遊べるミニゲーム集でありながらF&Cが有する2000人もの美少女キャラクターたちの中から選ばれたキャラクターたちが登場するわけである。この「FCN」の入手にはサーバーの管理の都合上あまり参加者を多く出来ないため、HPでの申し込みが必要である。現在第2期の募集が終了したところなので、気になる人は、次回募集（8月上旬を予定）のチャンスを待とう。

Leaf

Leaf

アクアプラス

http://www.leaf.co.jp
http://leaf.nerv.ne.jp

仕掛け、そして成功する その躍進の源となるもの

「雫」「痕」「To Heart」というリーフ・ビジュアルノベルシリーズの成功で一躍マニアの間で名を馳せたリーフ「To Heart」のプレイステーション移植をきっかけに他社からのグッズ販売などもあって一躍有名メーカーとなった

現在の㈱アクアプラスは、有限会社ユーオフィスとして設立された。平成6年10月のことである。最初は、下川氏を含めた2人のスタートであった。音楽関係の外注をはじめ、最初は他メーカー、ブランドの外注が主な業務であった。その後、㈱アクア、㈱アクアプラスと毎年のように社名を変更していく。ただし、社名こそ変われど、リーフというブランド名は、初期のパソコンタイトルの時代から一貫して使用されている。後に、97年の秋、PSのサードパーティーとしてコンシューマへ参入することになる。始まりこそ、個人レベルで受けるような音楽の外注であったが、設立の動機として、やはりゲームを作るつもりであったという。

リーフ自体は、元来開発スタッフが好きなものを作る。作るに当たって、周りを説得出来るものが中心となって作っていくというスタイルだそうだ。そもそも、下川氏自身、ユーザーとかけ離れた趣向を持つものが企画にGOサインを出す決定権を持っていることに異を唱えユーオフィスを作った経緯がある。作り手の意思を尊重するのは氏にとっても当然のことであるのだ。もっとも、「痕」以降は、高橋氏の意向が反映されやすいようではあるという。それは、彼の実力、実績がまわりをそのように動かすからだろう。

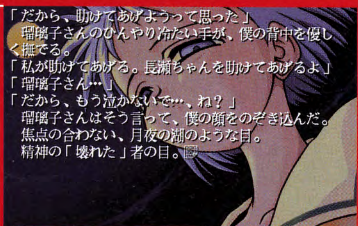
コンシューマへの参入については、パソコンゲーム市場とは違うフィール



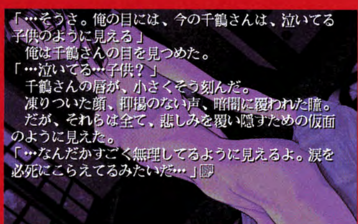
Keyperson
手前より下川直哉氏、高橋龍也氏、水無月徹氏。リーフは、下川氏が設立。当時水無月氏は以前下川氏がいた会社に在籍しており、(有)ユーオフィス設立にあわせて入社することになる。高橋氏は、95年の10月入社。水無月氏とともに企画段階にあった「雫」をまとめ、完成させるに至る。以降、3作続けて、リーフ・ビジュアルノベルシリーズを手がけることになる。

DR²ナイト雀鬼
※既に販売停止

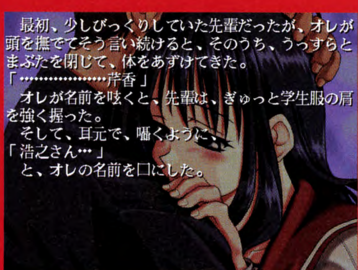
Filsnown ～光と刻～
※既に販売停止



雫 ～しずく～ Leaf Visual Novel Series Vol.1
WIN95/98
5,800円
96年6月26日発売



痕 ～きずあと～ Leaf Visual Novel Series Vol.2
WIN95/98
5,800円
96年7月26日発売

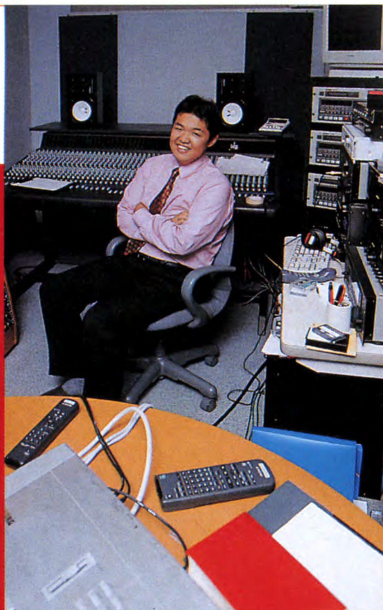


To Heart Leaf Visual Novel Series Vol.3
WIN95/98
8,800円
97年5月23日発売

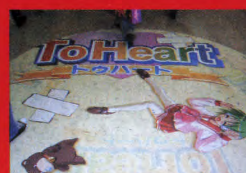


WHITE ALBUM
WIN95/98
8,800円
98年5月1日発売

「ネタもの」と呼ばれるさまざまな仕掛け
下川氏の起こすリーフ伝統(?)の一発芸



一発芸とは失礼かも知れないが、短期間で企画し、仕掛けているイベントや商品がある。昨年末キングレコードから年明けの「To Heartライブ」のチケットの抽選券つきCDが発売された。そして、先日、そのライブで演奏していたメンバー、クール・ウェイによるCD「HEART SESSION」を発売。また、時期は未定だが「こみっくパーティー」にちなんだ同人誌即売会その名も「こみっくパーティー」を開催予定である。もちろんリーフの本業はゲームの制作と販売だ。では、これら「ネタもの」と呼ばれる一連の動きはなんなのだろう。これは、いわゆるユーザーの要望であったり、長くユーザーがそのタイトルと付き合うためのフォローなのだ。ひとつのタイトルと長く付き合って欲しい。それがリーフの願いであるのだ。



これは販促目的であったのだが結果としてファンサービスのようになってしまった、JR駅構内の「踏絵」。記念撮影をするファンなども数多くいた。



■「HEART SESSION」■2,243円（税込）■「To Heart」BGMのアレンジアルバム



To Heart
Playstation
6,800円
99年3月25日発売
※18禁ではありません。また、アクアプラスブランドでの発売タイトルです。



こみっくパーティー
WIN95/98
8,800円
99年5月28日発売

and more
1999年 バラエティ――
2000年 完全新作――

一部の発売中タイトルのパッケージが一新
リーフブランドのタイトルが一部共通パッケージとなった。また、それによって、「雫」「痕」の2タイトルは価格改定され、5,800円に値下げされた。ちなみに内容は変わらず。



今後はすべてこのパッケージに統一される。新作はもちろん、「さおりんといっしょ！」や「初音のないしょ！」も順次このパッケージに移行していくそうだ。

ド、PCで好評だったタイトルがどれほど支持されるのか、そこで会社としても、開発スタッフとしても学ぶところがあるとの判断だったようだ。結果としては、メリットもデメリットもあり、どちらかといえばプラスであった、と判断しているという。現在リーフとしては、コンシューマの開発ラインを維持していない。それは、現在作ろうとしているものが、コンシューマ向けではないからということのようだ。現在、予定しているタイトルはすべて、PC向けである。

では、リーフは18禁ブランドとして、どのようなタイトルを出すメーカーなのだろう。これについては、いわゆるHシーンを前面に押し出すような作品作りはしていない。もちろん、スタッフの中に好きな人がいるから、そういうシーンも入れる。18禁という、表現の自由度のまるで違うフィールドであるからこそ、この市場に向けてソフトを作るのだ。やはり、根本的には「ゲームとして楽しんで欲しいし、キャラクターに感情移入して、楽しんでほしい」というのが、リーフのスタンスだ。だから、リーフといえば、ビジュアルノベルというイメージがあったとしても、次の新作はビジュアルノベルでないし、いわゆる続編も作っていない。そういったスタンスもまた、リーフらしいといえる。

また、リーフは、関西、関東に45名近い開発スタッフを、擁している。この人数を3つに分割し、10数名の人数で開発を進めている。にもかかわらず、年間の発売タイトル数は1、2本である。これは、1タイトルにかける期間としては長くもあるし、人数も多い部類に入る。同業他社からは、発売タイトルの売り上げの高さを言われるというが、それだけの開発費用はかかっているわけで、「売れないとやっていけない」のだそうだ。リーフとしては、買ってもらったユーザーに対して、払った金額分は絶対に遊べるようにと考えているという。個人差はあっても、面白さ、楽しめる要素の底辺を高いところに持ってきているつもりだというわけだ。それこそが、リーフのソフト作りに対しての基盤なのだ。

現在リーフでは、まったくの新進スタッフによる新作が1つ。そして、リーフ作品ではお馴染みの、バラエティタイトルを準備中だそうだ。新進のスタッフによる作品がどんなリーフの新しい顔となるか楽しみであるし、「To Heart」「WHITE ALBUM」「こみっくパーティー」といった最近の作品すべてを材料とするバラエティにも、期待が集まる。なんでも、バラエティは、普段作れないものであるだけに、個々のアクセサリーについつい気合が入ってしまうという。その作り込みも半端ではないのだ。新作は年明け、バラエティのアクセサリー集は年内発売を目標にしている。

何がマニアを熱くさせるのか

KEY

敢えて変わらず そして、敢えて変わっていく

好きなクリエイターの動向は、そのクリエイターがフリーであればゲームの売りとして大きく取り上げられるが故にわかりやすい。しかし、メーカー所属のクリエイターたちも同様に注目されるのがこの業界である。KEYのスタッフはまさにそうした人たちなのだ。

KEY
http://key.product.co.jp/

そもそも、KEYとは、ブランド名であり、その本体は、いくつものアダルトゲームブランドを持つ会社なのである。そのKEYのユニークさは、この構成スタッフが他社で作った過去の作品が高い評価を得て注目されていたこと、そして、そのメンバー6人がそろって移籍してKEYを立ち上げた点にある。

そして、KEY結成後に、はじめて作られたのが、この6月に発売された「Kanon」というタイトルだ。居場所を移した彼らがファンに対して、同じスタッフの作品であることをアピールするために、敢えて前作のイメージを踏襲した「Kanon」。彼らのこれまでの経緯を知るものにとっては、その内容について、一定以上の水準を期待して良い作品であったし、事実その期待を裏切られることはなかった。

移籍の経緯については、純粋に作り手としてより良い環境を求めてのものであるという。この移籍については、終身雇用、年功序列が当然の日本では、いまだ残念ながらネガティブな印象がついて回る。ものを作る環境を整えるという作り手にとって重要な行為も、ものを作る立場にない世間一般の目から見れば未だ理解されにくい部分だ。作り手としては面倒なところだろう。

ちなみに、彼らが求めた「より良い環境」は、この6人のスタッフ構成の維持にあったようで、その実現のための策がKEYの立ち上げだったというわけだ。だから、KEYのスタッフは、所属している会社の他ブランドの協力を得ることはあっても、KEYのスタッフの一人が単独で他ブランドのゲーム制作に関わることがない。つまり、KEYというブランドは、ゲームイメージのブランドではなく、同一スタッフによる〝チーム名〟あるいは〝ユニット名〟と考えてよいといえる。

現在、KEY自体は次の作品との端境期にあり、取材した段階(7月8日)では、企画はスタッフの頭の中にあるだけという状況であった。次なる作品は、まだ見えないが、自分の居場所を告げるデビュー作として「Kanon」を発表できたKEYにとって、次なる作品は、これまでとは違った挑戦の作品となるのではないだろうか？　それがいかなる挑戦であるのか注目したい。

はからずも約束されたKEYブランドのデビュー作



「Kanon」
WIN95/98
8,800円
99年6月4日発売

7年ぶりに訪れた雪の街。ぽっかり抜けたちょうど7年前に街を訪れた時の記憶。7年の歳月を越えてそれはよみがえるのか。時を越えた再会は、新たな出会いとして時を刻み始める――。

「Kanon」は幅広い支持を集めるグラフィックと幻想的な音楽、シナリオによるファンタジーADVである。この作品は、KEYスタッフのファンに対する移籍宣言だ。しかし、その移籍自体がインターネットなどで伝わり、発売前に移籍自体が周知の事実となった。ファンにはそれを踏まえて見て欲しいタイトルである。



Keypersons

手前より、折戸伸治さん(サウンド)、久弥直樹さん(企画・脚本)、みらくる☆みきぽんさん(CG)、しのり～さん(CG)、麻枝准さん(脚本)、樋上いたるさん(原画)。KEYのメンバーが集結したのは2年前。そして、KEY結成以前に他社において、2作品を完成させた。中でもグラフィックを担当している、樋上いたるさん、しのり～さん、みらくる☆みきぽんさんの女性3人は、この業界での活動が最も長い。彼女らの作品をご存知の方も多いことだろう。ここに、麻枝氏、久弥氏、折戸氏が合流する形で、現在のKEYのメンバーが集結することとなる。そして、現在も正式メンバーは6人のまま。メンバーの募集も各専門誌で行われ、新顔もいたようだが、そのメンバーを増やすという行為については厳格な態度であり、あまり人数を増やすつもりはないようである。それは、小人数ならではの、一丸となってのゲーム作りにこだわりたいからだという。

BELL-DA

BELL-DA

メディアボックス

http://www.t3.rim.or.jp/~my02-ftn/

手堅い造りで、手軽に遊べる。なおかつ実用的に

アダルトゲームとしてもとめる素直な欲求に応え手軽にそのシーンを見ることができるそのわかりやすい要求に応えながら、今度はシステム面での模索を始めた

これからはファンタジー!? SLG+RPGのシステムにも注目!「マジカル☆トレジャー」





■BELL－DA
■WIN95/98
■8,800円
■99年秋発売予定

突然原因不明の眠りに陥った皇女を救うには呪いを打ち消すための秘薬が必要であるという。秘薬を探すため、貴族の三男である主人公も己の領地内の探索を始めるが……。モンスターなどの巣食う地域を討伐し領地を拡大するSLGパート+拡大した地域を探索するRPGパート+女の子たちとデートをしたり、入手アイテムの合成を行うADVパートで構成される。

定評ある“リエゾンシステム”の最新作「Fresh!～ティーンズメモリー」



■BELL－DA
■WIN95/98
7,800円
■99年6月17日発売

同社の「リエゾン」の男女の視点が交互にいれかわるシステムを継承したアドベンチャー。転校してきた主人公が出会う6人の女の子たち物語が双方の視点で描かれる。

BELL－DA(以下ベルダ)は最近になって、リエゾンシステムなどで評価を集めてきているメーカーである。しかし、以前からのベルダを知るファンからすれば、このブランドにはもう少し違った見方をしていることだろう。

それは、システムよりグラフィックで魅せてくれる。しかも、グラフィックはHなものが随所にあり、手軽にHシーンが見れるというものだ。そして、有名声優を起用しているということである。こうした部分は、作り手でも十分意識している部分だそうで、あくまで18禁として楽しめるものを作ろうとしている。だから、Hシーンのグラフィックの見れる頻度や質にこだわる。そして、せっかく声優を使う以上、演技の上手な有名声優を起用する。こうした、手軽さ、グラフィックの質、そして声優という3本柱を持つベルダのソフトを支持しているファンも多い。

とはいえ、ベルダも最近は、システムに凝るようになってきた。それは、やはりゲームシステムも追及したものが求められるからであるという。手軽な18禁という部分で考えると、相反するところもあるのだが、これまでの基本を忘れずに、システムも多少凝ったものにしていくつもりであるようだ。

また、ベルダは、多作でも知られる。さらに、発売が遅れることが無く、バグもないメーカーとして定評を集めているのだ。これは、納期を守るプロフェッショナルとしてのもの作りにこだわっているからである。そして、今後もそれらの評価を裏切ることの無いゲーム制作を目指していくことだろう。



Keyperson

朝倉善昭　古くからの美少女ゲーマーなら、「メディアボックス」よりPC-9801用のブランド「パーディソフト」や、「CAL」&「JOKER」シリーズの方が馴染みがあるだろう。実は「BELL－DA」とはWindows95専用のブランドネーム。朝倉氏は、PCエンジンにも移植された、ギリシア神話を元にした美少女アドベンチャー「CAL3」の開発を担当。以来数多くのメディアボックス作品のディレクションを担当してきたのだ。「納期を守ってこそプロ」という彼の発言が物語るように、開発サイクルの早さと付加価値の高さ(画像、音声)がBELL－DAの武器。今後に期待したいメーカーだ。

ちぇりーそふと
Cherry soft

ちぇりーそふと

一見多様なシチュエーション 貫かれるのはシステムへの意識

設立当初女性スタッフのみのブランドとして雑誌で注目されたのが、このちぇりーそふとである
その後男性も含めスタッフを増強したがその根底にある作品作りに対するスタンスに変化はない

サフィール
http://www.agree.co.jp/cherry soft/


雑然とした仕事場風景。新宿タイムズスクウェア近辺のマンションの一室にちぇりーそふとはある。ご覧のように男性スタッフも見受けられる。


Keyperson
あきら氏。ちぇりーそふとを立ち上げ、同ブランドのタイトルすべての企画、ストーリー、原画を担当する。「永遠の都」から「ヒロイン」にいたり絵柄を著しく変えたため、インターネットでも新しい絵描きさんに変わったと認知されているようなのだが。実は同一人物というのが真相。

ちぇりーそふとはあきら氏ひとりでスタートしたブランドだ。以前所属していた会社で、企画を上げるチャンスを得、「永遠の都」の企画を立て、そして、ちぇりーそふとを立ち上げたのだ。この段階ではちぇりーそふとの構成人数はあきら氏ひとり。自ら担当した、企画、ストーリー、原画、一部のCG以外はすべて外注だった。そしてちぇりーそふとの第2弾ソフト、7月23日に発売された「ヒロイン」では、このとき外注だった主だったスタッフがちぇりーそふと所属となっている。

この「ヒロイン」は、吸血鬼を題材としたダークな展開の「永遠の都」と違って、純愛路線の育成シミュレーションだ。そして、9月に発売されるタイトル「プロミス」は、小振りながら、一転してハードなHが展開されるアドベンチャーである。そして、その次にはRPGのリリースが決定している。

ヒロイン以降の発売ペースの速さもさることながら、そのジャンルにも共通項がなく、バラバラに見える。これは、企画担当であるあきら氏によるところが大きい。どの作品も氏自身が手がけたかった企画であるという。氏のジャンル先行の企画立案がこうした状況を生んでいるのだ。

また、氏自身、コンシューマ、アダルト問わず幾つもゲームをプレイする。そのプレイを通じて、取りいれるべきは取り入れ、不満点は解消するかたちで企画に盛り込むというのだ。「永遠の都」では、通過した選択肢やプレイを重ねて増えた選択肢にいきなり飛べる「選択肢サーチ」というシステムが好評だった。「ヒロイン」においても、選択肢をひとつ戻ることも可能なうえ、一度クリアすれば、ゲームの複数箇所から再スタート出来るのだ。遊びやすさという点では、あっけらかんと遊びやすさを追求している。ゲーム全体のボリュームを押さえることなく、かつ隅々まで遊べるように極力ストレスを排除しようというユーザーサイドに立脚したゲームシステムは、ちぇりーそふとの持ち味だろう。

ちぇりーそふととしては、このスタイル、そして多作を維持したいそうで、原画、CG面での充実を計りたい意向である。その多作ぶりが今後どんなちぇりーそふと像を作っていくのか楽しみだ。

遊びやすさを忘れないシステム作り

ちぇりーそふとのゲームは、そのスピーディーな遊びやすさで定評がある。また、永遠の都では、ゲームをクリアしていくことでミニゲームが遊べたり、登場キャラクターのおしゃべりなどが聞けるおまけがついてきていた。




より楽しい、より受け入れられやすいシステムであるような工夫がなされているのだ。

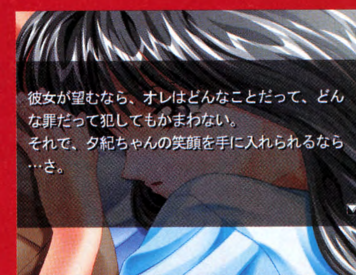




promise～プロミス～
WIN95/98
価格未定
1999年10月発売予定



ヒロイン
WIN95/98
8,800円
1999年７月23日



永遠の都
WIN95/98
8,800円
1998年10月30日

絵柄は変えました 自分の作りたいゲームの ターゲット層に合わせて。



グラフィッカーとしてだけではなく、ディレクター、企画担当として絵柄の重要性を認識し、自らそのタッチを変えてしまった、あきら氏。企画のスタート段階こそ自分の興味やその時の心情が発端だが、その内容についてはユーザーに受け入れられるよう、様々な要素を盛り込んでいる。



7月23日に発売された「ヒロイン」。「永遠の都」同様、原画はあきら氏。

――女性で18禁というのはどうですか？

あきら　絵描きで女性の方は多いと思うんですよ。

――そもそも18禁の絵を描くようになったきっかけは？

あきら　もともと好きで遊んでたんです。CGの絵のきれいさ、細かさではコンシューマーは遠く及ばない。特に美少女ゲームはパソコンが一番だと思います。あと、コンシューマーでは出来ない18禁のノリが好き。別種の面白さがあります。

――ずいぶんと立て続けにタイトルを出される予定ですよね。

あきら　いっぱい出したいですね。ブランドを覚えてもらいたいですから。それに、ヒロインで絵柄を変えちゃったんで、早くこの絵のちぇりーそふとを定着させたいですね。そのためにもガツガツ出さないと。

――絵って変えられるものなんですか？

あきら　アニメとか他のゲームの絵柄を見て日夜研究してみれば見えてくるんですよ。いまだに研究してますよ。絵が好みじゃないと相手にしてもらえないですからね、絵がゲームの顔ですから。

今は繊細な線や色合いが受けると思ってます、だからそういうのが描ける女性原画家が受けてるんだと思うし、シナリオにしても繊細な泣ける話が受けてますよね。そういう繊細な部分が受けてると思うんです。全体的に今のユーザーさんはナイーブなんじゃないかな。実際女の子のほうが繊細なところはわからないんじゃないかと思うんです。だからこそ気を遣ってるんですよ。武器でもあり大変なところでもあります。でもなくしたくないところですね。泣ける話でも女性だと、何これなんていうと思うんです。でも、男性はそうじゃない。だから、気を遣ってあげないとって思います。

――といいつつ、プロミスはずいぶんとハードなようですが？

あきら　ヒロインがあまりに純愛だったんで、その反動かも。ちょっと濡れるくらいじゃ、Ｈじゃないとか。拘束されてないとダメだとか。でも、もともとハードなのは好きなんですよ。絵がきれいでＨなのが一番買うジャンルです。

――絵の流行り廃りはやはり気になるところですか？

あきら　絵はやっぱり受けなくなると大変ですから。絵が変わってもちぇりーそふとで買ってもらえるようにはしたいですね。はじめての人は絵でも、あとはブランドで買ってもらえればいいと思います。やるからには……上を目指したいですよね。

アダルト美少女ゲーム

何がマニアを熱くさせるのか

羞恥から淫乱へ、鬼畜から純愛へ、一方の極から反対の極へ、時代とともに様々な様相を見せるアダルトゲーム。最近のタイトルから各ジャンルのおすすめをピックアップ。



ONE～輝く季節へ～
タクティクス
WIN95/98　7,800円
98年5月29日発売

感動

心に傷を持った主人公と、6人の女の子たちが遭遇する非日常を描いた、感動系の地位を不動のものにしたファンタジー。

純愛



Campus～桜の舞う中で～
エーテル
WIN95/98　8,800円（通常版）
99年2月26日発売

大学生である主人公が、義理の妹と同居することによって次第に変化していく学園生活を描いた、純愛アドベンチャー。

アダルトゲームの中で最も多いタイトル数を誇るものは、昔も今も読み物から進化したアドベンチャーだ。その中からさらに、ヒット作をジャンル分けしてみると、かつては「館」「学園」「ファミレス」など、ストーリーの舞台となる場所を指すものと、「メイド」「義妹」「教師」など、恋愛のターゲットとなる人物を取り上げたものがほとんどだった。

ところが最近のヒット作の呼び名はというと、上に挙げた4種類……「純愛」「感動」「凌辱」「鬼畜」など、ゲーム内容を示すものに取ってかわりつつある。これらの4つの分類のうち、純愛と感動＝「純愛系」、凌辱と鬼畜＝「ダーク系」として大きく2つのジャンルとしてまとめることができるが、純愛←→鬼畜、感動←→凌辱は、お互いにまったく対極に位置する、対立する概念だ。これらはいつから存在するのだろう。またこれらのジャンルは今後どうなっていくのだろうか。

「純愛」とは、アダルトゲームではよくある「据え膳食わぬは男の恥」といった手当たり次第に女の子とイタしてしまうタイプではなく、さまざまな出会いとおつき合いを通して、じっくりと愛を育んでいくゲームのことだ。この系統のものはエルフの「同級生」や「下級生」、リビドーの「放課後恋愛クラブ」、リーフの「To Heart」など、家庭用ゲーム機に移植されやすい特性を持つ。それはいわゆるSEXシーンなしでも、ゲームとして成立しているからだろう。

「感動」とは、純愛の中から生まれさらに特化したジャンルで、タクティクスの「ONE」、KEYの「Kanon」、

純愛→鬼畜コンボ、リビドーの戦略

リビドーが「放課後恋愛クラブ」を出した当初は、それまでの鬼畜・凌辱路線とはあまりにもかけ離れていたため、ユーザーからは賛否両論の声が上がった。しかし半年の期間を置いて、裏ソフトとでも呼ぶべき「放課後マニア倶楽部」がが発売されるや、それは絶賛の嵐に変わる。単なる使い捨てとしてのキャラではなく、美しきマドンナを汚すこと、それがマニアの心を捉えたのだ。



放課後恋愛クラブ
－恋のエチュードー
リビドー　WIN95
7,800円　96年12月19日発売
恋愛クラブに入会し、4週間の間に12人の女性メンバーと会話やデートを重ねながら、恋人をゲットしよう。



放課後マニア倶楽部
－濃いの欲しいの－
リビドー　WIN95
8,800円　97年6月13日発売
恋愛クラブの裏版ともいえる、変態&鬼畜バージョンがこれ。女の子の弱みをつかんで、辱めるのが目的。

いわゆる王道、定番ものとは?!

アダルトゲームの過渡期においては、ストーリーは一本道であることが多く、複数のキャラと関係を結ぶためには、女性はインラン、男性はゼツリンである必然性があった。ジャストの「天使たちの午後」シリーズに始まり、ハードの「はっちゃけあやよさん」シリーズ、イリュージョンの「もっこりまん」シリーズなど、おバカなノリとサクサクしたプレイが信条のゲームが人気を博していた時代もあったのだ。そしてマルチストーリー&マルチエンディングが当たり前の現代に、往年の王道ソフトがリリースされた。巨大なナニを持った主人公が、個性豊かなキャラに文字通りガツンと言わせる学園コメディだ。なによりサウンドがグー。お約束な展開もてんこ盛りだ。





PILE DRIVER
ブルーゲイル
WIN95/98　7,800円
99年5月28日発売

明朗快活な主人公を中心に、ドタバタの学園ストーリーが展開する爆笑必至の恋愛アドベンチャー。登場人物がとにかくユニーク。

2極化する



凌辱

虚像庭園～少女の散る場所～
BLACK PACKAGE TRY
WIN95/98　7,800円
99年4月8日発売

迷い込んでしまった洋館で、4人の女性相手に主人公が奈落の底へ堕ちていく様を描いた、ノベルタイプのアドベンチャー。



鬼畜

せ・ん・せ・い
ディー・オー
WIN95/98　8,800円
98年11月13日発売

父親の持つ富と力を利用して、美人教師・真美ほか身の回りの女性たちを次々と凌辱していく、ハードコアな学園もの。

ディー・オーの「加奈」などのノベルタイプのアドベンチャーと結びつくことが多い。感動の基準が人それぞれであいまいである点で、ジャンル分けとしてはやや弱いが、いわゆる「泣ける」要素がユーザーに口コミで伝わり、多くが発売後に大きな反響を呼んでいる。PC-98時代の名作であるシルキーズの「ビヨンド」、シーズウェアの「DESIRE」なども、今発売されれば感動系と称されたかもしれない。

「鬼畜」とは純愛の裏返し、無償の愛ではなくより多くの女性を辱め堕としめることに喜びを見い出す主人公を演じるソフトだ。「凌辱」との違いをあえて探せば、ストーキング行為が主体であることだろうか。己が努力することによって女性を獲得するという点においては「純愛」と同じなのだが、その次に取るべき行動が決定的に違っている。代表的な作品としては、エルフの「臭作」、ディー・オーの「せ・ん・せ・い」、ブルーゲイルの「My dear アレながオジサン」などがこれに当てはまるだろう。

「凌辱」とは鬼畜の行動の先にあるもの、つまり特定の女性を奴隷のごとく調教し、恥辱と苦痛に歪んだヒロインの表情を愛でるソフトだ。よってSMや調教とは、切っても切れない関係にある。このジャンルを切り開いた先駆け的ソフトは、PILの「SEEK」、そしてアイルの「脅迫」だろう。ヒロインの苦悶の表情が恍惚に変わる時、プレイヤーはそこに、かけがえのない〝美しさ〟を見い出す。ヒロインに秘められたストーリーが、その美しさをさらに際立たせるのだ。最近では、ノベルと結びついて発売されることも多い。

「純愛&感動」と「鬼畜&凌辱」。これらはいわゆるご都合主義でマンネリ気味のアダルトゲーム業界に、新風を吹き込んだことは間違いない。数多くのアダルトゲームをプレイした、目の肥えたディープなユーザー向けに、特化したジャンルといえるだろう。ここで興味深いのは、対極に位置するこれらのジャンルは、男性側であるプレイヤーと、女性側である登場ヒロインが心理面おいても、スッポリ入れ替わっているという点だ。自らに枷を課して純愛を貫く行為と、相手を縛り付けて忠誠を誓わせる行為は、そのまま主格と客体が入れ替わっているだけだ。このことは、感動と凌辱の対比によってより明らかになる。凌辱は相手を痛めつけることによって、ヒロインの美しさを再確認するわけだが、感動は自らの過ちを知り贖罪することによって、プレイヤー（自分）の心の優しさを再確認する行為をはらんでいるのではないだろうか。

ところで、調教シミュレーションのソフトの中には、鬼畜なエンディングだけではなく、純愛なエンディングを含んだものも出始めている。義妹との調教を描いたフェアリーテールの「Natural ～身も心も～」や、「姉妹いじり～散ル花 二輪～」などがそうだ。実はこういったジャンル分け自体が、もはや不要なことなのかもしれない。女性が美しく描かれていて、感動的なストーリーがあれば、それは一級のアダルトエンターテインメントなのだ。企画段階から発売まで半年以上かかるソフト制作のため、一見すると流行のように見えるジャンルの重なりも、実は偶然の産物だったりするのだ。純愛と鬼畜は、光と影のような存在で、どちらが欠けても今後のアダルトゲーム界は成り立たないだろう。リビドー、ディー・オー、ブルーゲイル、など両極端なソフトを提供するメーカーは今後も増えていくだろうと思われる。

せっかく良質な作品が揃っているのだから、純愛派もダーク派も、これを機会にお互いの苦手なジャンルに挑戦してみてはいかがだろう。自分の中の新しい一面に気づくことになるかも。

サターンから年齢制限ソフトが消えた



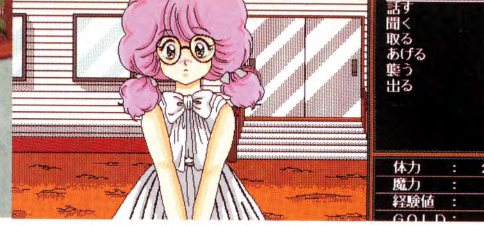
With You
～みつめていたい～
NECインターチャネル
7,200円
99年7月29日発売

98年にパソコンで発売された、ノベルタイプのアドベンチャー。魅力的な2人の幼なじみが登場する。

18歳未満禁止、18歳以上推奨のゲームもOKだったサターンの発売直後は、当時パソコンの主流がPC-98からWindowsマシンに移行しつつあったこともあり、アダルトメーカーにとっては、いわゆる2つの選択肢が存在した時期だった。現在サターンの新作及びドリームキャスト、そしてプレイステーションに関しては、年齢制限タイトルは許されておらず、アダルトメーカーはパソコンしか残されていない。そういった点からも、2極化はさらに進むと考えられる。

※「Rance」「DALK」は「アリスの館4・5・6」に収録されていましたが、現在ロットアップしています。「いけないかつみ先生」はユーザークラブ専用ソフトです。ご注意ください。


「DALK」
PC98/X68/TOWNS
6,800円/92年12月22日発売



「Rance-光をもとめて-」
PC98/PC88/VA/X68/MSX2/TOWNS
6,800円/89年7月発売

—まずそれぞれ、ゲームデザイナーになったきっかけを教えてください。

とり 私、ゲームデザイナーになるんでしょうかね？

—なるんです（笑）。

TADA すごい言葉だ（笑）。

—TADAさんはコンピュータ関係の専門学校に行っておられましたよね。

TADA そうです。

—そのころからゲームデザイナーへの志向があったんですか？

TADA そうですね。できたらというか。

とり 私はYUKIMIちゃん（アリスソフト設立当時のスタッフ。ランスシリーズなどのキャラクターデザインを担当し、とりさんとは高校時代からの友人）にそのかされて。彼女が先にチャンピオンソフト（アリスソフトの母体）に入っていて、当時は本を作っていたんです。それで私はキーパンチャーで入って。でも人差し指でしか打てなかったんですが（笑）。

—元々はマンガ家志望でしたよね？

とり そうです。マンガ描いて、それを他人に見せて「おもしろいね」っていわれるのが楽しくて。だから会社入る前に20本くらい描いてるんです。でも、雑誌社の人に誉められたのがコマ割りの構成だけだった（笑）。

—絵とかお話じゃなくて？

とり コマ割りだけ（笑）。文章は書いたことなくて、原稿が間に合わないとき「試しに書いてみる?」っていわれて、「じゃあ書いてみましょう。書けました」で終わりなんですよ（笑）。

—TADAさんが最初にデザインしたゲームは？

TADA 第一作はスタッフ僕ひとり。絵だけはあって、指定も何もない。これでゲーム作ってって（笑）。

—どうしてそんなことに？

とり 本のおまけ用のCGになんぼか追加して、それで無理矢理ゲーム作れという話だったよね。で、できあがったのが「リトルプリンセス」。

—そうか。じゃあ、やらなきゃならなくってやったんですね。

TADA そうです。もう人間、追い詰められたらなんでも（笑）。

とり そういう人、多かったよね。

TADA だから逆に今の人はやりにくいんじゃないかな。分業化でスター



10年も第一線でともに活躍してきたTADA氏ととり氏。クリエイターとしては対照的に見える2人に共通するものは？そんな疑問をぶつけてみた。

クリエーターズインタビュー①

第一線で活躍する作り手としての志

アリスソフトこだわりのヒットメーカー

取材・文=
Team MILCHA（MILCHA、猫丸）



「かえるにょ・ぱにょ～ん」
WIN95/NT
7,500円/97年8月発売



「鬼畜王ランス」
WIN95
8,500円/96年12月19日発売



「いけないかつみ先生」
WIN95
6,500円/97年4月発売

トするから。

—とりさんもそういう形でなしくずしに?

とり　私はTADAくんとWAOくん（アリスソフト設立当時からのスタッフ。現在もシステム開発部門のチーフを務める）が組んだプログラムで「とりあえずこれで動くものを作りなさい」といわれて。

TADA　当時はあれもこれもしなあかんという状況で、あれもこれもやったおかげで、その人が何に合ってるかというのを全部試す機会があった、という感じでしたから。

—アリスソフトというブランドができて美少女ゲームをやるという話になったとき、お2人はどう感じました?

とり　社長にお願いしたのはこの人です（笑）。私はやっぱり抵抗ありましたね。なんかこう、未知の世界でしたもん。「レモンピープル」は立ち読みしてましたけど（笑）。でも、「カオスエンジェルス」を見せられて、これは楽しいなと。テンポもよかったし。

—とりさんのアリスソフトでの第1作というのは?

とり　「intruder」の裏シナリオライターです。グラフィック全部と。原画は外注さんにしてもらって、グラフィックは私が塗って。背景も一から描いて。で、そのときのシナリオの子が「エロシーンだけ書けない」というから、「じゃあ、仕方ないから私書くよ」といって初めてやって「書けるじゃん」（笑）。

TADA　それでそのことがバレてしまって、以後エロシーンで困ったら「とりさーん」ということに（笑）。

—TADAさんは当時も今のような総監督という立場だったんですか?

TADA　そうですね。でもそんなえらそうなもんじゃないですね。人数が少ないですから（笑）。みんな同じレベルで仕事してるけど、だれか頭つけとかなあかんやろ、というだけの。

—どういうところを目指してゲームを作っていたんですか?

TADA　基本はやっぱり自分が遊びたいものですけど。

—でも、作ると遊べない。

TADA　そうですね。残念ながら（笑）。なんというか、自分の昔のごっこ遊びのイメージの中にあるものをやっと組み立てられるようになった、というのがあると思います。だから僕の遊びというのはガキの遊びと同じイメージなんで、ゲームを作ってもきれいに清書しようとか、演出を完璧にしようとかいうのがないんです。「あとは僕の想像力でカバーや」というような（笑）。ボードゲームやってたせいもあって、「このへん一個師団が3」とかいうと、もうミサイルなんか飛び交う必要ないんです。頭の中で「いけー、突撃!」とかやってるんで（笑）。

—とりさんはシナリオの側だから、TADAさんの「想像力で補え」のところをぽーんと投げられるわけですね。

とり　一番想像力をかきたてなあかんのはエッチ文で、「エッチエッチエッチ」と書いてある一行をどうふくらませるかという。

—TADAさんととりさんのコンビネーションというのはずっとそうだったんですか?

TADA　そうですね。ぜんぜん方向性が違うんで。彼女は1つ1つのシーン、物語を完璧に仕上げていく。僕はおおざっぱにイメージだけでいって、あとは邪魔くさいからしたくないという（笑）。

—「とりあえずここ誰々とエッチよろしく」とかいって投げちゃうわけですね。

とり　一番印象深かったのは「闘神都市」のエンディングで「くさいシーン」（笑）。

—それしか書いてないんですか?

とり　書いてない。「おおわかった。なんとかするよ」。それで、なんとかしたら「くっさー」って（笑）。「あんたがくさいシーンていうから書いたんじゃないの」って（笑）。

—それは要求どおりのものが出てきたんですよね（笑）。

TADA　闘神都市のMIKAとか、あのへんのやりとりのところを適当に書いてとりさんに渡したら、僕のイメージどおりのものができてびっくりしたことがあるねん（笑）。「これは思ってたとおりだ。すごいぞ!」。

とり　まあ、10年やってりゃ1回くらいはあるわ（笑）。

—今までに関ったものの中で代表作をあげるとしたら?

TADA　目標に到達したという意味では、「鬼畜王ランス」ですね。僕はガキのころからSLGやってたんで、いつか戦争ゲームが作りたいと思ってたんです。

—TADAさんは現在はもうシナリオの細かいところまではあまり書かれなくなってますよね。

TADA　そうですね。というか、僕がいちばん下手なんで（笑）。

とり　ていうて聞かないんですよ。そんなことないっていうのに。

—最初のうちは自分でシナリオも書いていましたよね。変わったのはどのあたりからですか?

とり　ラフを書いて他人に任せるということだと「闘神都市」が最初かな。3カ月で上げなあかんかったから。

TADA　だから「闘神都市2」も「鬼畜王ランス」もラフだけ。「ランス4」もラフだったかな。

—とりさんはずっとそのシーンをブラッシュアップするというか、仕上げていくという仕事だったんですか?

とり　その時によって違いますね。

—そういった仕事の中で、最初にとりさんが仕切って作ったのはどれですか?

とり　「DPS」。TADAくんがプラットフォームを作ったあと「とりあえずこれをちょっと作ってくれ」というので「わかりました」って各原画さんに指定を出したりして。

—「アンビバレンツ」は?

とり　ディレクターはYUKIMIちゃんなんです。でも彼女、そのころ「ランス4」も作ってたんですよね（笑）。そのあとが「夢幻泡影」。

—「夢幻泡影」のあとは?

とり　「いけないかつみ先生」作ってたんですね。なんでかな、時間がかかっちゃったよね。どうしてかな、てへへ（笑）。その間も「鬼畜王ランス」のシナリオに参加したりとか、あちこちのヘルプに入ってますわ。

—そして「デアボリカ」に至る。

とり　そうですね。

—自分の代表作をあげるとしたら?

とり　全部なので全部買ってください（笑）。そこら中でそう答えてます。

—最初のころはアダルトに抵抗があったということですが、それには慣れ



「夢幻泡影」
WIN95/98/NT
2,800円/98年11月26日発売



「戦巫女-Vestal vargin-」
WIN95/NT
7,500円/97年10月30日発売



「ママトト〜a record of war〜」
WIN95/98/NT
8,500円/99年7月1日

18歳にして大陸中にその知謀を知られる少年ナナス将軍。しかし、小型要塞1基がそのすべてという、国土を持たない国ママトトは、国民が数10人、一般兵力は……。大陸南東に追い詰められたママトトをナナスの知謀で大陸制覇まで持っていくことはできるのか!? アリスソフトおなじみの本格シミュレーション戦闘RPGシステムに、恋愛シミュレーション要素も加えた本作は、TADA氏、とり氏の最新作として好評発売中だ。もちろんこの作品にも両氏のクリエイターとしてのこだわりが存分にみてとれるはず。

ていった?

とり そうですね。割り切ったというか、ふっ切ったんですよ。書いてみたら書けたんで、そこからするっと抵抗なく。反対に「じゃあどうやったらヌイてもらえるねん」という方向へ（笑）。そのつもりで買ってもらうものやから、絶対ヌカすって思って（笑）。そこからはもう、抵抗どころか今ではそこら中で「その発言はセクハラや」といわれるようなことを（笑）。

——やっぱりヌクものなんですか?

とり ファンの方に「すべてのシーンでお世話になりました」と面と向かっていわれたことが（笑）。

TADA 「お世話になりました」は困るな（笑）。

とり いや、でもほんまにそういわれたんやって。困らなかったです。そのつもりでやったのに「あんなのだめだ」っていわれるよりは「ヌキました」というほうが誉め言葉じゃないですか。

——ちゃんと役に立ったということですね（笑）。

TADA アリスソフト始めたころは、文章のエッチシーンとかけっこう気を使っていたもんな。当時は「あはん、うふん、いくー」とかそんなんばっかりで（笑）。

とり あのころのエロゲーはセリフだけで、描写文はいっさいなかったんです。それで「これは狙い目や」と思って描写文を入れるようになりましたね。

——アダルトゲームならではの苦労とか、気を使っている点というのはありますか?

TADA バランスよくエロがくるように、ということかな。最初だけとか最後だけとかではなくて、このくらいプレイしたらエロシーンにくるというような。僕の場合はストーリーの完璧さを無視してでも、エロシーン入れるためにストーリー変えますね（笑）。

——とりさんはどうですか?

とり 昔はエロゲー作るのに抵抗あったから「エロシーンなくてもこれはいけるものでしょ」っていう感じで作ってたけど、最近はそれは違うなと。エロシーンあるから価値があるんだっていわれるのを目指して、絶対必要だから入ってるという方向で作るようにしてます。

——具体的にエロエロのシーンを書くとりさんとしては、普段そういうシーンを書くために何かしてます?

とり 白夜書房っすね。白夜書房のマンガ、すごいっすよ。小説のほうは、菊地秀行さんと夢枕獏さんくらいしか読んだことがないんです（笑）。

TADA エロシーンは想像力だからな。

とり でないと、私ちんちんないやん。心にはあるけど、しょせん心だから（笑）。

TADA 1枚の絵でユーザーが勝手に悶々するぐらいのがいいんかもしれんけど。

とり 悶々に持っていかすのが文章やと思う。その絵に対してどれだけ汁と体温を与えるかやと思うから。

TADA 僕、勝手に悶々するのが好きやけど。

とり イメージ派だすな、きみは。

——今、興味を持っていることはどんなことですか?

TADA そこがつかみ切れてない。というか、情報が多すぎるんです。昔はすることがないから1つのものでねちねちと遊んでたのに、今はもう、やることが山のようにあるから何も深く考えなくなっていくという。小説なんか読み捨てやもんね。昔は反芻してた。

とり それはしてるわ。私は。

——とりさんの興味の焦点は?

とり やせた自分の姿を想像すること（笑）。

——いや、そうじゃなくてお人形さんとか。

とり ドールハウスの小物を作りたいんですよ。でも手が悪いんで細かい作業が出来なくて。で、もうちょっとあきらめかけてて。筆を持ったら手が震えるんです。

——それは労災ですね（笑）。今後、作りたいゲームは?

とり 「爺ジェリーク」（笑）。

——「とりソフト」を設立してやおいゲームを作るというネタを前に書いてましたよね。

とり 今はバレスソフト。爺ゲームで





「守り神様」
WIN95/98/NT対応
7,500円/99年3月25日発売



「ぷろすちゅーでんとGood」
WIN95/98/NT対応
7,500円/99年1月14日発売



「ぱすてるチャイム-恋のスキルアップ-」
WIN95/98/NT対応
7,500円/98年11月26日発売

すね。もちろん主人公は女の子。16歳、ピチピチの女子校生。パレスはマスコットキャラなんです。オープニングでこたつに入って鍋があって「お嬢さん、一緒に鍋でもつつかんかね」といって、ゲームが始まる（笑）。

TADA　多くの人が求めるものじゃなくて、一部の人だけ喜んでくれるものをやりたいな。

――アリスソフト立ち上げのころと違って、今はそれぞれ立場が上ですよね。部下を使うとかチームを仕切るとか、そのへんで仕事の性格が前と変わっていますか？

TADA　それはありますね。やっぱりみんな意見が違うし。

とり　ジェネレーションギャップ出てきたし。

TADA　僕らのころは馬鹿なことで意見が統一出来たんだけど、若い人のほうが現実的にものを見えてますから「こうしたほうが売れるやん。なんでせえへんの?」とか。

――それに対する葛藤みたいなものには、どう折り合いをつけるんです?

TADA　うーん。折り合い、悩んでるんですよ。

――43人もいれば、それぞれやりたい方向とか意見とかあって、「うちの会社はこうするべきだ」というのが出てくるわけですね。

TADA　だからそろそろ世代交代はあると思います。その新しい人が考えるものが出てきて、僕やとりさんみたいにとんでもないもんを作るのも残る。それは両立になるんじゃないかな、と。どちらかひとつでなければいけないものでもないと思うんで。

――昔よりタイトル数が増えてますから、幅があって当然かもしれませんね。



とり
アリスソフト設立時より現在まで数多くのヒット作にスタッフとして参加しているクリエイター。美少女ゲーム業界における女性シナリオライターの草分け的存在で、彼女の描く独特の雰囲気を持つストーリーやキャラクター設定に惹かれたアリスファンも数多い。



TADA
アリスソフト開発本部長。「ランスシリーズ」、「闘神都市」など数多くのヒット作のデザイナーとして知られる。

TADA　そうですね。だからアリスソフトのゲームでも、僕が本心で楽しめるゲームでないものもありますから。これまでは「僕が楽しめる、僕が全部認めたもの」という基準がありましたけど、今は「みんながやりたいならやってみいや」みたいな。

――逆に、自分と違う考え方の人達が育っていくというのは、それはそれでおもしろいんじゃないですか。

TADA　そうですね。変わったもんができてくるというのは。

とり　逆にそうでないと不思議ですから。自分たちのクローン見てても面白くないし。自分のクローンって、できがよかったら「まあいいか」と思うんですけど、できがよくなかったら気分悪いじゃないですか。あとはそのほうが刺激を受けますね。「ああ、なるほどこう来たか」と。

TADA　今の若い人は力は僕らよりも上なんですよ。僕らよりも基礎的な才能がある人間しか採用していないんで。ただ力の使い方はまだ完璧ではない、というかビビってるというか。

――採用する基準というのは?

とり　自分よりうまい。あと将来性。

TADA　最低限、それになるね。

――年にどれくらい来ますか?

とり　シナリオは50人くらい。グラフィックはもう少し少ない。採用されるのは2年にひとりくらい。

――ゲームデザイナーとかシナリオライターとか、クリエイターに必要なものって何でしょう?

TADA　パクらないことですね。

――……いい言葉だなあ（笑）。

とり　負けん気、協調性、柔軟さ。

TADA　ゲームのデザインて、パクらないと絶対できないんです。シナリオもそうなんですけど。ただ、自分の中に「パクらないぞ」という気持ちを持ってフィルターをかけとかないと素通りになってしまいますから。

――固有名詞のいくつかを置き換えたら何かと同じというやつですね。

TADA　あとはゲームとしてのおもしろさをわかって作るということですね。自分で想像図を考えて、自分がおもしろいと思って。

――お2人の最新作は?

とり　RPG作ってます。来年前半に出ると……いいなあ（笑）。

TADA　次の作品は「学園漂流戦記第2話」かな（笑）。

とり　おいおい（笑）。

――あれに命懸けてませんか（笑）。

TADA　ライフワークやから（笑）。今、自分がいちばんやりたいゲームの理想は、いうてしまえば採算的には合わないんだけど、2時間とか3時間で終わって2,800円くらいの、もっとコンパクトなものがやりたいなあって。

――ゲーム業界に限りませんが、お2人が意識してる人っています?

TADA　僕は明らかに蛭田さん（エルフ）ですね。というか、蛭田さんの作品は全部チェック。もう追っかけ。あと別格なのが桝田省治さん。

とり　あたしはBUCK-TICK。もうたぶん一生ついて行くわ、っていう。「売れる売れない関係ない」というスタンスが好き。やりたいことしかやらない。影響の受け方、違うんですよ。

TADA　とりさんは音楽でもの考えるんやな。僕、軍歌以上のリズムの速度には頭が追いつかん（笑）。

クリエーターズインタビュー②

2大クリエイターに見る ビジュアルノベル創出の裏話

ビジュアルノベルの果たしたこととは？



高橋龍也氏と水無月徹氏が送り出したリーフ・ビジュアルノベルは現在のアダルトゲーム業界のノベルブームの先鞭である。彼らがそれをどのように作り、現状をどのように見ているか聞いてみた。

――高橋さんがリーフで最初に手がけられた作品が「雫」なんですよね？

水無月　企画がちょうどスタートしてコンセプトみたいなのがあるときに高橋が入ってきてまとめた感じですね。まだ漠然と「かまいたち」を使ってエロゲーできないかなと。でもエロゲーで女の子の顔を字で隠すのは嫌だ、というような状況でしたね。

――やっぱり水無月さんの絵があるからシルエットは全然考えてなかったわけですか？

高橋　そうですね。キャラは絶対にでているからそれに字をかぶせるか、かぶせないかだけを論議していましたね。横だけに出してみたりとか、上だけに出してキャラの顔にかぶらないようにしたりとかっていうのも考えてやってたんですけど。

――今ではビジュアルノベルという言葉が当たり前のように使われてますが、それに関してどうお考えですか？

高橋　もともとチュンソフトさんが、どうぞお使い下さいっていう寛大な姿勢を業界に出してくれたんで、僕らもそれにあやかっただけだと思ってます。

――サウンドノベルがあって、ビジュアルノベルがあると。

高橋　それはもちろん。当然のことですけど、「弟切草」「かまいたち」がこの世に出てなかったら、あの時期にうちがビジュアルノベルを出すことはまずないんですから。

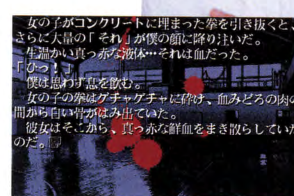
――「To Heart」以降イメージが変わったと言われると思うんですけど。

高橋　う～ん僕的には「雫」、「痕」と「To Heart」って感じです。

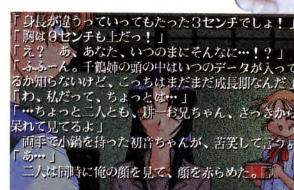
――それはどういう線分けをするとそうなるんですか？

高橋　時代ですね、流行るキーワードを入れてるんですよ。「雫」のころに人間の内面を描くっていうのがブームだったんですね。プロファイリングブームがアメリカのほうでありまして、それが96年ぐらいですか。それで97年ぐらいにそれをモチーフにしたものが入ってきて、キーワード的には精神病が入ってた大槻ケンジさんのテイストあのまんまなんです。まだなかったんですよ、そういうテイストが。ちょうどエヴァとかかぶって。参考資料が結構

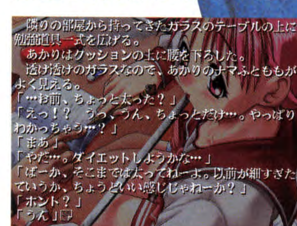




ある意味もっとも熱烈なファンを持つ「雫～しずく～」。毒電波というキーワード、そしてそのテーマなどから、とても深い共感を得た（得てしまったというべきか？）人もいるようだ。



高橋氏の中では「To Heart」に近い位置付けにあった「痕～きずあと～」。「雫」とのその発売間隔は脅威的に短かった。もっともこれは当時のリーフの経営上の苦しさゆえのものだったとか。



作り手の高校生時代に流行ったラブコメや80年代のイメージが色濃いという「To Heart」。女の子にしても現代の女の子のかわいさを描こうとしているわけではないのだという。

高橋　龍也

●企画・脚本担当
●代表作
「雫～しずく～」「痕～きずあと～」
「To Heart」（PC版PS版とも）
また、アニメ版「To Heart」などの監修も

似てましたね。宝島の精神病の本とか。当時みんなこれがはやるだろうって人は同じことをやったわけですね。しかもやっぱりヒットしましたしねえ。一方「痕」以降が癒し系っていう。まあリラクゼーションブームがきてたんですよ。それでなにかできないかなってことだったんです。それとサスペンス色の入ったエンターテインメントというのが「痕」のキーワードですね。それで「To Heart」の方はハートフルっていうのがすごい流行ってしまって、それこそ嫌になるほど。97年は、まだ精神的なものを引っ張って、人の弱いところを描くというのが流行ってたんです。だから、そういうものを卒業した、自分で処理できてるキャラクターを描こうとしたんです。だから比較的「痕」と「To Heart」は似てるかなと思うんですよ。「雫」だけはまったく違う、あちらの人の話ですから。

――デザインされた方として、どうです？　キャラクター部分もお話の部分もあると思うんですけど。特に「To Heart」は引く手あまただったわけですが。

水無月 うれしいですね。受け入れてもらえるというのは。良いって言ってくれるのがいいかな。

――今これがいけるっていうのがやはりあるんですか。

水無月 僕は結構気にしないでのびのびやっているんです。高橋にプロデューサー的な立場に立ってもらって、こんなキャラクターが良いって言ってもらって、僕のほうはのびのびぱーっと書いているんです。

高橋 プロなんで。押し付けるんじゃなくて受け入れてもらえるって感覚ですね。ユーザーさんがやりたいだろうと思うことに、自分達のやりたいことを重ねているんです。まあシンプルさかな。マルチとか髪型とかも、そういう方向付けってあったと思うんです。誰でも描きやすいもの、水無月が書きやすいまで線を減らさせる。極力シンプルにまとめるようにするわけです。

――リーフさんはまだまだノベルっていうイメージがあるんですけど、これからはRPG出してみたいとかそういうのはあるんですか。

水無月 彼は基本的に得意とうたっているのはRPGですね。

高橋 RPGじゃないです、ファンタジーです。

――「To Heart」って最初ファンタジーでしたよね。チラッと最初設定が出たときは。

高橋 でもスタッフがついてこれなかったんですよね。「クレリックって分かる？」って聞いてまわっても結構みんな分からないんですよね。クレリックの説明からせなあかんのかって、やめました。

――最近の業界でのノベルの動きをどう見ますか？

高橋 逆に回りがノベルノベルって言うなら違うことをやりたいですね。みんながノベルやっているんなら、別の方向性で業界にぎわすって言うことのほうがメリットがあると思ってます。リーフが作るゲームはなんでもおもしろいと思ってもらいたいし。これ以上ノベルでイメージ固めると、ノベル以外のものをやると批判を受けそうですし。それに、やはりノベルはチュンソフトさんのものでしょう。女の子の顔が隠れても文句言われなくなったから

――痕、雫のときは散々言われましたけどね。今はかなり落ち着きましたね。レビューでも、顔が隠れるのはどうかと思うとか、言われなくなったし。もうなじんでしまったのかな。きっとそれがウチのやった功績なんですよ(笑)。



PC-9801のシリーズのベタ移植であるため、16色しか色数の使われていない「雫」。しかし、今見ると色の数の少なさが逆にこの作品の雰囲気を盛り上げるのにひと役買っている。



「痕」はすでに256色を使用したソフトであるのだが、ところどころに16色時代のテクニックが見うけられ、16色からさらなる多色グラフィック時代への過渡期の作品であることがわかる。



キャラクターというとその明るい作品イメージもあって、キャラ人気に一気に火がついた作品。PS専門誌を見ると、ご多聞にもれず、続編希望のハガキが多い(笑)。いや本当。ザ・プレ見てみ。



水無月 徹

●原画・CG担当
●代表作
「雫～しずく～」「痕～きずあと～」
「To Heart」(PC版PS版とも)



6人で奏でる交響曲

クリエーターズインタビュー③

「kanon」を作った人たち

**KEYのスタッフは
このメンバーで作品を
作りつづけることにこだわり
最終的に居場所を変えた。
そしてこれまでのファンに向け
「Kanon」を作った。
あまりに少ないスペースだが
可能な限り
彼らの言葉を伝えよう。**



「Kanon」
KEY
99年6月4日
8,800円

――脚本は麻枝さんと久弥さんのお二人でやられているんですよね。お互いのシナリオに口を出すと言うことはないんですか？

麻枝 准（以下麻枝）　まったくないですね。そういった意味では相手を信用しています。

――シナリオの具合を確認するためのキャッチボールとかは？

麻枝　ないですねー。一球投げたら開発終わってますね。

久弥 直樹（以下久弥）　球筋くらいはみてますけどね。そうきたかって。じゃあこっちもすごい球投げなあかんなと。

――ちなみに、それぞれどのキャラクターをご担当されているんですか？

麻枝　舞と真琴とサブキャラです。

――あれ？　シナリオごとでは？

麻枝　サブキャラクターのシナリオです。佐祐理のお話です。

――彼女のエンディングの存在は秘密なんですか？

麻枝　彼女についてはサービスです。特に隠しているわけじゃあないです。

――では、麻枝さんは、舞と佐祐理と真琴ですね。そして、久弥さんが？

久弥　残りです。名雪と栞とあゆです。

――キャラの描かれ方がかみ合わないということはないんでしょうか？

久弥　基本的にそれぞれの持ちキャラに絡まないことが多いですから。

麻枝　私が名雪と、あとおかあさんをめっちゃ借りたくらいですね。

――今回デザインで難航したキャラと言うのはいるんですか？

久弥　あゆですね。他は一発でした。

樋上いたる（以下樋上）　私のイメージと、彼（久弥氏）のイメージがなかなかかみ合わなかったんです。それをすり合わせるのに、髪型変えるとか服装変えるとかずいぶんやりました。

――あゆの（リュックの）羽は最初無かったと聞きましたが？

久弥　「天使のリュック」ですね。正確には、最初あって、途中一度なくなって、また復活したんですけどね。あゆの設定を考えると、思わせぶりな要素を入れるのはよそうという声があって、最初に雑誌に出たときは羽がなかったんです。それが、イベントシーンのCGとかの作業をこなしていくうちに、最終的に羽を生かそうというということになったんです。

――「Ｋａｎｏｎ」のテーマとは何なんですか？

久弥　冬の物語と思い出がキーワード



です。

――前作も冬でしたよね？

久弥　あれはエンディングを春に設定したものですから、逆算すると冬の時期が舞台になっただけです。別に冬の話が好きなわけじゃあないです。できればもう冬はやりたくないです。ネタないですから。

――音楽は冬を意識して？

折戸　いえ、特に意識はしてないです。シナリオとキャラクター、ですね。

――今回I'veさんと組んだのは？

折戸　ボーカルをI'veさんに紹介していただいたかたにお願いしたので、その絡みでです。

――ボーカルを入れたのは？

久弥　入れたかったんで、無理言って曲を書いてもらいました。嫌がられたんですよ。とっても。

折戸 伸治（以下折戸）　初めてなんですよね。いままでインストゥルメンタルだけだったんで。歌詞のある曲をどうやって書けばいいのかまったくわからなかったんですよ。

――CG関係は樋上いたるさん、しのり～さん、みらくる☆みきぽんさんの3人ですべて描いているんですか？

みらくる☆みきぽん　汎用背景は別のブランドの方です。

――今回樋上いたるさんは原画に専念したかんじなんですか？

樋上　原画が終わってからちょっとだけCG塗りました。

――樋上さんの唯一塗られたのってちなみにどこなんです？

久弥　一番CGらしいのは名雪のベランダでのやつやね。

――KEYさんの作品では、食べ物がとても良く出てきますよね？

久弥　食べ物ネタは好きです。でも、まじめな話、他のゲームでおろそかにされていると思うんですよ。そういう普段の何気ないシーンもしっかり描写するというのをコンセプトとしてもっているんです。ですから、お昼食べるシーンとか、おやつ食べるシーンを描くわけです。また、そういったシーンのほうがそのキャラクターを伝えやすいんじゃないかと思うんです。

――庶民的な食べ物が多いですよね。

久弥　あんまり、とっぴな食べ物出しても……。そのとき食べたいものとか書いてるかも知れませんけどね。

――納豆ご飯とか登場しますけど…。

麻枝　納豆ご飯食べるヒロインって、かつてない、ですよね。お嬢様キャラが高級なハーブティーを煎れるとかあるじゃないですか。そういうのは絶対使わない。

――かけあいも楽しいですよね。

麻枝　そこはもう、私の武器やと思ってますから。そういうところ書いてる時が一番楽しいですよ。

久弥　僕は逆にシリアスなシーンが好きなんですけれどね。僕はクライマックスのほうがサクサクいきます。両方合わせて丁度良いってっかんじですね。

――では、最後に皆さんの作品が、感動系と言われることについては、どうでしょう。本来のアダルトゲームのありかたとは相反する部分があると思うんですが、矛盾は感じている？

麻枝　ひしひしと。

久弥　ただ、アダルトゲーム業界というのは、今もっとも自由にゲームを作れる場所なんじゃないかと思うんです。コンシューマですと、大人数で作らざるを得なくなって、自分が何をやったなんてしっかり言えないこととかありますよね。それがアダルトゲーム市場であれば、この人数でやりたいことをやりたいようにできると思うんです。設計図を作って、その設計図の通りに作れるのがこの業界かなと。だから、いろんなジャンルのものが出てきているし、それぞれにそれなりの量の役割を持つことが出来ると思うんです。それに感動系――あまり言いかた良くないですけど、そういうのも出せる環境だとも思っています。

麻枝　うちの社長は我々の作品を御伽噺と評します。それは我々にとっては確信犯的なんです。元々ファンタジーと言ってきたんですが、「Kanon」ではだいぶ御伽噺の方に踏み込んだと思いますね。そういったところは、青年男子というよりも、もっと低い層に対してメルヘンを与えるのかもしれないですね。

（7月8日・本社にて）



麻枝 准
●脚本担当
●最近プレイしたゲーム
「ウィザードリィ リルガミンサーガ」
参考までに最近遊んだ、遊んでいるゲームを教えていただきました。（家庭用ばっか…）



樋上いたる
●原画担当
●最近プレイしたゲーム
「ペルソナ2 罪」
制服デザイン時の話は編集で削ることに……。あの制服は久弥さんの趣味全開だとか。



折戸伸治
●サウンド担当
●最近プレイしたゲーム
「エースコンバット3　エレクトロスフィア」
取材中、北海道録音でしのり～さんから借りていたのMDを凍らせたことが発覚……。



しのり～
●グラフィッカー担当
●最近プレイしたゲーム
「ファイナルファンタジータクティクス」「MOTHER」
すいません、数少ないお言葉を編集で削ってしまいました。ファンのみなさまお許しを…。



久弥 直樹
●企画・脚本担当
●最近プレイしたゲーム
「サガ フロンティア」
インタビュー中は麻枝さんの爆弾発言に冷や冷や？。フォローありがとうございました。



みらくる☆みきぽん
●グラフィッカー担当
●最近プレイしたゲーム
「ファイナルファンタジーVIII」
折戸さんと並び密かな有名人だとか。機会があればその辺の話もお聞きしたいものです。

ノベルゲームの台頭

何がマニアを熱くさせるのか

アドベンチャーゲームとしては末弟的な存在ながら、次第にタイトルが増えつつあるアダルトノベル。その内容と魅力について、人気の高い作品群を元に考察してみよう。

蠱惑



アトラク=ナクア
（アリスの館4･5･6より）
アリスソフト　WIN95
9,500円　97年12月18日発売

古より生きてきた女郎蜘蛛の初音が、学園で繰り広げる猟奇と官能の世界を描いたノベル。4つの章から構成され、高い完成度を誇る。

■ビジュアルノベルの誕生

スーパーファミコンのサンプリング機能を活用し、取り込み背景とリアルなサウンドが奏でる新しい時代のテキストアドベンチャー、それが92年に発売された「弟切草」だ。このジャンルは中村光一氏によって「サウンドノベル」と命名され、ゲームの1ジャンルとして定着する。それから4年後の96年の1月、人物シルエットをアニメ調のイラストに置き換えた、アダルトゲームならではのサウンドノベル「雫」がリーフから発売される。リーフはこれを「ビジュアルノベル（VN）」第1弾と名付け、第2弾「痕」、第3弾「To Heart」と、次々にヒットさせていった。もともとMIDIサウンドや、同梱のサントラCDのクオリティには定評があったリーフだけに、優れたシナリオと味わいのあるCG、そして感動的なサウンドが絶妙にブレンドされたVNシリーズは、多くのゲーマーたちを虜にする魅力を放っていた。

VNに追従するメーカーはしばらく現れなかったが、97年末にアリスソフトが「アリスの館4・5・6」の中で「アトラク=ナクア」を発表。圧倒的な迫力と、高いシナリオの完成度で絶賛をされた。現在「アリスの館4・5・6」は絶版となっているが、単独での販売を切に希望する作品だ。



いちょうの舞う頃
Types
WIN95/98　8,800円
98年10月9日発売

主人公とひとつ年上の幼なじみとの、ほろ苦い恋愛模様を描いたノベル。

恋



フローライト～ほたる石～
エア・プランツ
WIN95/98　8,800円
98年11月26日発売

夜のホテルを舞台に、若い男女のカップルの切ない恋物語が楽しめる。

謎



Reborn's Day～月夜の出来事～
ピンパイ
WIN95　8,800円
98年5月29日発売

満月の夜の学園に起きる、幻想的で妖しい出来事の謎に迫るノベルだ。

CD音源を得て進化したジャンル

今回ここで取り上げる、ノベルゲームの定義について述べておこう。
1. 探索のための分岐は少ない、文章をじっくり読ませるタイプのアドベンチャーゲーム。
2. 背景の上にアニメ調の人物を乗せ、その上にテキストを表示する(ウィンドウに表示する場合も含む)。
3. BGMはCD-DA、もしくは同クオリティのWAVEサウンドを採用、感動的なシーンをいっそう盛り上げている。
4. キャラごとに、パラレルストーリー的なマルチエンドを採用。

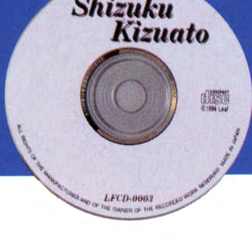
CD-DAを採用しているノベルの場合、プレイ終了後はBGMとして活用できるのが嬉しい要素だ（(注)2トラック目から聞くこと)。メーカーによっては、アレンジ版やサントラCDを同梱しているケースもある。

Kanon アレンジCD
初回限定版にのみ同梱。OP&EDテーマがフルコーラスで収録されている。編曲担当は実力派のI've。



BGMに最適

雫・痕 サウンドトラックCD
バラエティソフト「さおりんといっしょ」に同梱されている。2タイトルのサウンド全てを収録している。





奇跡

Kanon
KEY
WIN95/98　8,800円
99年6月4日発売

5人の少女との、冬の思い出を追想する感動ストーリー。奇跡は起きる!?



終末の過ごし方
アボガドパワーズ
WIN95/98　7,800円
99年4月9日発売

7日で滅びる世界で、複数の男女の愛を描く。淡々とした日常が悲しい。

生



加奈～いもうと～
ディー・オー
WIN95/98　8,800円
99年6月25日発売

入院生活の続く妹への、愛と性を真正面から描き切った純愛ノベルだ。

■ノベルゲームの隆盛

98年5月末には、タクティクスから「ONE～輝く季節～」が、ピンパイから「Reborn's Day～月夜の出来事～」が発売される。どちらも高校生が主人公の学園もので、幼なじみが起こしに来てくれたり、少女たちがトラウマを持っていたり、アナザーワールドと現実世界が通じていたりと、不思議と共通点が多かった。タクティクスには、リーフの「雫」のサウンドの一部を担当した折戸氏がいて、「ONE」でもハイクオリティなサウンドを提供してくれていた。ちなみにシナリオは、現在はKEYに所属する麻枝氏と久弥氏が担当。キッドによって移植されたPS版も好評で、弊社のPS専門誌である「週刊ザ・プレイステーション」の読者ランキングで、ついにベスト10入りを果たしている。「To Heart」以降は、純愛系の作品が増え、それがさらに新規のノベルユーザーを獲得するという、好循環を生み出していったのだ。

98年の12月には、フォグからPS用のシネマティックノベル「久遠の絆」が発売される。「痕」の影響を受けたと思われる輪廻転生もので、千年もの昔から紡がれた男女の壮大な愛がテーマの悲恋物語は、多くのプレイヤーの心を打った。この頃から「泣けるゲーム」として、ノベルタイプの純愛系の作品群がインターネットを通じて、注目されるようになっていった。

PCに目を戻してみると、Typesが「いちょうの舞う頃」を、エア・プランツが「フローライト～ほたる石～」をリリース。恋愛ノベルというジャンルが、アダルトゲームの中に根を下ろしたともいえる年だった。

■ノベルゲームの未来

99年に入っても、ノベルゲームは元気だ。リーフ自らが移植を担当した、PS版「To Heart」は大ヒットを記録。独特の路線で固定ファンの多いアボガドパワーズからは、世界の終わりまでを恋人と過ごす「終末の過ごし方」が発売され話題をさらった。アクトレスからは近親相姦な愛を描いた「セデュース」が、新ブランドのDISKDREAMも、コンビニが舞台の純愛ノベル「エンドレスセレナーデ」をリリース。「Kanon」そして「加奈」と、早くも10本以上のノベルゲームが発売されている。これから年末にかけては、恐らく20本近いタイトルが発売されるだろう。これからは制作スタッフの実力が、まさに問われることになるだろう。より熟成された傑作ノベルに期待する。

エルフ、F&Cもノベル市場に参入!?



ECHO
ブランド名未定（F&C）
サウンドノベル
発売日未定
価格未定

右は、主人公を救ってくれるクラウベンという謎の少女。左は、主人公のフィアンセで、甘えん坊で泣き虫の凛だ。

ノベルのブームは本物か!? ディー・オーに続き、ついに大御所が動いた。まず最初は、エルフからノベルシリーズ第1弾として広告を展開中の「リフレインブルー」。発売日や内容については明らかではないが、「下級生」の原画でおなじみの門井亜矢によるイラストが掲載されている。エルフのホームページや、今後の専門誌の情報には要チェック。

お次はフェアリーテールなど、多くのブランドを有するF&C。ブランド名や発売日は未定だが、「ECHO」というサウンドノベルがリリースされる予定だ。プレイヤーは、大地震に襲われ暗闇の地下空間で目覚めた男性になって、女の子とともに脱出を試みるというストーリー。自分の記憶喪失の謎と、5人の女の子の秘密が物語の鍵となるだろう。

ディー・オー村上智右氏「加奈」を語る



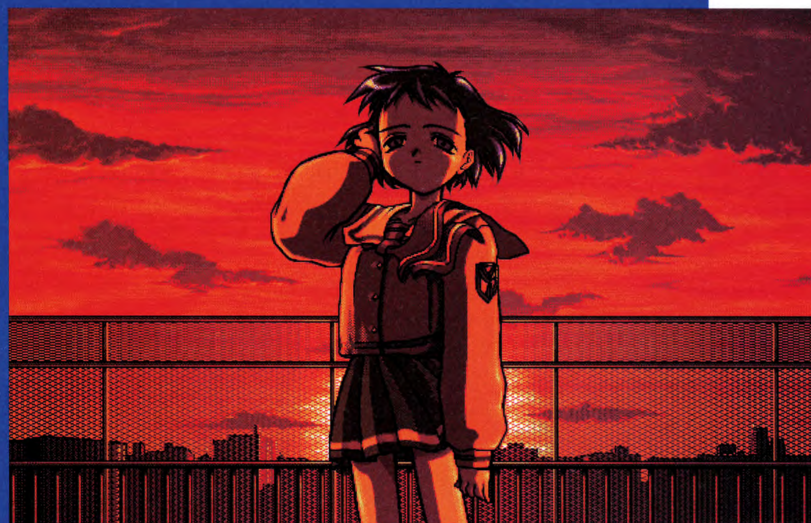
「せ・ん・せ・い」「加奈」で、ディレクター補を務める。

プロットの段階では、いわゆる純愛兄妹ものだったんですが、シナリオライターの力量をふまえた上で、シナリオ重視のノベルというジャンルに挑戦してみました。実は私、完成前のシナリオを読んで、泣いちゃったんですよ（笑）。最初からいいなっていうふうには思ってたんですけど、上がってきて、読んでいくうちああっていう感じになっちゃって。でも作り手がそれじゃあダメですから、気を取り直して演出にこだわりました。かわいらしい仕草や、寂しがったりする場面とか、文章の端々にそういった加奈の描写が挿入されていますよね。これは山田（シナリオライター）の持ち味だとは思うんですけど、そういった細かい部分があるからこそ、全体的に泣けるシナリオになってると思うんですね。年末には「星空プラネット」という恋愛シミュレーションAVGを、原画こそ変わりますが、また山田や私を含めた加奈チームで出します。今度は明るくてエッチな内容なので、期待していて待っていて下さい。

アダルトノベルの源流

何がマニアを熱くさせるのか

**リーフの2大作品である「雫」と「痕」。
同社がそれほどメジャーではなかった頃に発売されたにも関わらず、未だに多くの
ファンを魅了して止まないその秘密は、どこに隠されているのだろう。**



長瀬ちゃん。電波届いた？

「雫」より、シナリオのカギを握る人物、瑠璃子。彼女と一緒にシナリオを進行させるためには、嘘をつかないことが大事。また、彼女とのハッピーエンドはトゥルーエンディングを見ないとダメ。

ノベルゲームといえば、そのほとんどの場合、プレイヤーが主人公となり、ディスプレイ上で展開される物語を読み進めていくゲームを示す。小説と違う点は、あらかじめストーリー上にいくつかの選択肢が設けられてあり、選んだものによって先の展開が変化することだ。ノベルゲームに求められるのは、練りに練られたストーリー、状況にあったBGM、ユーザーを魅了するグラフィック、そして読み手のたくましい想像力。アダルトゲームにおけるノベルゲームも同様で、これらの条件が揃わなければヒットすることはまずない。だが、なぜアダルトソフトユーザーにノベルゲームが売れるのだろうか。

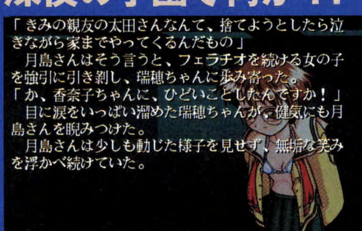
もっとも大きな原因は、現在の若年齢層に比べて想像力が豊かであるということにつきる。これは、今現在アダルトソフトをプレイしているユーザーの大部分が、過去に想像力を掻き立ててゲームをプレイしてきたのが主な理由だろう。今でこそ一昔前のワークステーションに匹敵する能力を持つようになったパソコンだが、10～20年前は表示されるグラフィックは静止画で、容量もフロッピーに収まる程度のものだった。動画もなかったそんな時代だからこそ、プレイヤーは己の想像力を最大限に働かせ、時には草原でモンスターと闘う自分を想像し、時には名探偵となり謎を解く。そんな積み重ねがあったからこそ、ゲームのほとんどが文字で展開されるサウンドノベルにおいて、それぞれのプレイヤーは自分だけのシーンを思い描くことができる。そして、ユーザーは自分が構築した世界へとはまりこんでいく。だからこそノベルゲームがアダルトユーザーにヒットするのだ。

そんなノベルゲームものの中で、とくにお勧めできる、源流とも呼べるリーフの2作品を紹介する。まずは「雫」。これは初期の作品ということもあり、今プレイするとシナリオの短さが気になるという声もあるだろう。また、ゲームのテーマが「毒電波」ということで、一般のユーザーがプレイしづらいことも確かだ。さらに、全編を通して16色でグラフィックが表示されるため、肝心のHシーンなどは……。だがそんなことにこだわりさえしなければ、プレイするうちに、人々はなぜ毎日を平凡に生きるのか、なぜ日々の生活に変化を求めないのか、といった壮大なテーマが見えてくる。

操作も簡単なうえ、カギとなる分岐点もそれほど多くないため、短時間ですべてのシナリオを堪能することも可能。一度読んだ文章を2度目以降は一瞬で表示する機能もあるので、回を重ねるごとにプレイ時間も短縮される。オカルト的な要素を多分に含んではいるものの、シナリオ展開のうまさに引き込まれることも間違いない。さらに、BGMもゲームにあわせて変化していく。もちろん、そのどれもが名曲といえる。残念なことといえば、曲がCD-DAのためリピート時に再び曲の先頭から始まってしまうこと。現在ではWindows版しか入手できないかもしれないが、PC-98を持っている人ならば迷わず98用を購入して、MIDI機器を接続してBGMを聞いてほしい。Windows版とは比べものにならないほどの雰囲気を感じ取れるはずだ。Hシーンを抜きにしても、十二分に堪能できることを保証しておこう。

そして、ビジュアルサウンドノベルシリーズで一番完成度が高いと思われるのが、「雫」の翌年に発売された「痕」。「雫」からさらなるボリュームアップが図られた本作品では、各キャラクター1人につき1つの壮大なシナリオが

深夜の学園で何が！？



深夜の学校で密かに行われていること。それはいったい……。あなたは事件を解決できるか。



雫～しずく～
リーフ
WIN95/98　5,800円
96年6月26日発売



本作品に登場するキャラクターの中でも、群を抜いて高い人気を誇るのが彼女"初音"ちゃん。後には「初音のないしょ!!」という、アミューズメントCDのタイトルにもなったほど。

語り継がれるリーフの名作 あなたもきっと泣く

「鬼の力」を持った四姉妹の運命は!?

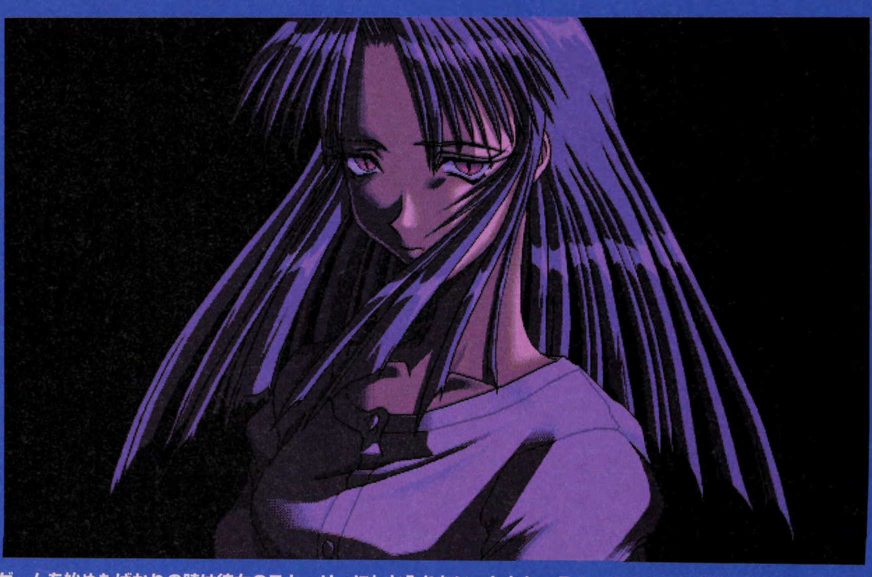
用意されている。そのどれもが緻密に作られており、決してプレイヤーを飽きさせることなく、エンディングまで誘ってくれるだろう。また、巷のアダルトソフトにありがちな、強引なHシーンがないのも好感を持てる。Hシーンが登場するのはシナリオ上必要とされる場面だけであり、けっして不自然さを感じさせないのだ。

特徴的なのは、最初のプレイでは絶対にハッピーエンドへたどり着けない点。もしこれを不親切と感じるならば、それは大きな間違いだ。最初は間違った選択肢しか存在しないがゆえに、2度目のプレイでは必ずハッピーエンドへとたどり着ける。そして、バッドエンドでもシナリオに感動するからこそ、ハッピーエンドではもっと感動する。中には「アダルトソフトで感動するなんて……」と思っている人もいるかもしれない。そんな人こそ、ぜひとも一度プレイすることを強く勧めたい。私のいっていることが、あながち大げさなことではないことがわかるはずだ。私はプレイして、合計4回も涙したのだから……。

なお、ゲームシステム自体は「雫」と変わらないので、一度読んだ文章を素早く表示する機能や、次の選択肢まで一気に進んでくれるユーザーフレンドリーな機能もついている。Windows版ならばCD-DA、PC-98版ではMIDIで演奏されるBGMも「雫」以上に秀逸だ。

「アダルトソフトには面白いものが何もない」。そう嘆いている人こそ、今も口コミで名作と語られるリーフの「雫」と「痕」をプレイしてほしい。クリアした後には、きっとあなたのアダルトソフトに対する価値観が変わっていることだろう。

耕一さん、あなたを殺します。



ゲームを始めたばかりの時は彼女のストーリーにしか入れない。しかし、そのシナリオには感動させられるだろう。



痕～きずあと～
リーフ
WIN95/98　5,800円
96年7月26日発売

知って得するインターネット

何かマニアを熱くさせるのか

アダルトゲームはパソコンがなければプレイできない。現在ゲームのほとんどは、Windows95/98対応で発売されているが、最近のパソコンは、購入後すぐインターネットへ接続することが可能になっていて、ネットへの接続=快適なゲームライフといえそうだ。

アダルトゲーマーにとって、インターネットはまさに生活必需品。日々更新されるメーカー情報を追ったり、レビュー系の個人ページの掲示板を渡り歩いて、最新ゲームの地雷（クソゲー）度をチェックしたり、はては気の合った仲間とチャットに興じたりと忙しい。テレホーダイタイムの23時以降は、そういった熱心なゲーマーたちの至福のひとときだ。

　そんなアダルトゲーマーのためのお役立ちサイトの一部を、厳選チョイスしてお届けしよう。アダルトゲームに興味はあるが、購入はちょっとという方も、その盛り上がりぶりを覗いてみれば驚くに違いない。

　今回紹介するのは、ゲームメーカー系、ゲーム雑誌系、パソコン流通商社系、個人運営サイトのゲーム情報系と、レビュー系の5種類。この他にインターネットのアダルトゲームの攻略ページを、まとめてリンク紹介しているページや、メーカーによって異なる圧縮形式のCG画像を表示する、プラグイン可能な画像ローダーを提供しているページなども存在する。いずれもリンクなどを辿れば、すぐにアクセスすることができるが、これらはあくまでもCGを見るための最終手段だ。難解なゲームこそ、自力で解き終えた時の感動は大きいものだからだ。詰まった時の質問にていねいなレスのつく、掲示板の情報はありがたいものだが、うっかりゲームのネタバレを書くことは通常はご法度なので気をつけたい。それでも一言書き込んでしまいたいときは文字色を背景と同一にすれば、回避できることなのでぜひ活用してほしい。ルールを守って、快適なネットライフを楽しもう。

我が物顔の掲示板ユーザーたち

パソコンをはじめとする通信端末が安価になるにしたがって、誰でもインターネットの掲示板に書き込んだり、サイトを開くことができるようになった。先日起きた、大手電機メーカーと一消費者とのやり取りは例外中の例外としても、“ユーザー”はいつでも“クレーマー”になれるだけの発言力を得たのだ。

　メーカーはユーザーの貴重な意見を求めて掲示板を開く。しかし、その掲示板が単なる欲求不満のハケ口になっている光景を見かける。「クソゲーなので売りました」「○○さんの絵は下手だと思います」などはカワイイもので、「○○は、○○というタイトルを移植しないで下さい」とまで書かれる始末。

　確かにバグは多いし、ゲームの出来に問題のあるソフトも多い。そしてユーザーの権利も守られるべきだ。ただ、本当にこれでいいのだろうか？

メーカー系

もともとゲームとパソコンは切っても切れない関係。特にパソコンゲームであるアダルトゲームのメーカーともなれば、当然のようにサイトを持っている。製品情報やスタッフ自身のコメントが読めたりと、手にした商品に関する情報として押さえておきたい。

リーフ

http://www.leaf.co.jp
http://leaf.nerv.ne.jp



2つあるアドレスはミラーサイト。軽いほうに接続しよう。

さまざまなリーフの活動状況がわかる他、シナリオライター「青紫」さんの作ったミニゲームのダウンロードも出来るなど、盛り沢山の内容。



ディー・オー

http://www.do-game.co.jp/



アダルトゲームのサイトなので最初に年齢の確認がある。

ディー・オーのサイトの面白いところは、清純派と凌辱派に分かれているところ。もちろん、製品紹介や掲示板もそれぞれに分かれている。



　インターネットで、お気に入りのメーカーやブランドの作品の続編情報や新製品情報を得るのなら、メーカーのサイトが一番だろう。パソコンゲームメーカーであるだけに、その開設率や更新頻度も高い。自社製品に関する情報であれば、基本的に入手出来るようになっているハズだ。

　それに、当然オフィシャルのサイトであるために、開発から直接の最新情報や最新画像を見れたり出来る他、壁紙などのCGやデモ、おまけプログラムのダウンロードができることもある。まさにオフィシャルサイトならではのサービスといえるだろう。気に入った作品の開発スタッフのコメントなどを見ることができるサイトもあるので、まさにその作品、ブランドに特化した情報であれば、これらメーカー系の右に出るサイトはない。

　また、大抵、これまでに発売したタイトルのリストなどもあるので、気に入った作品やブランドの過去のシリーズを知りたいときにも、役に立つ。ゲームが出来ないなどのトラブルに関する窓口であることも多い。

雑誌系

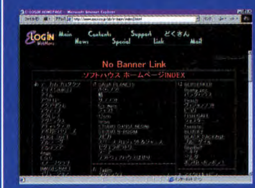
パソコンゲームの雑誌だけにサイトを開設していることが多い。内容も雑誌の特徴が良く現れている。

E ログイン

http://www.ascii.co.jp/pb/e-login/



現在、更新頻度は雑誌系サイトの中では一番だろう。



通信販売のEログインSHOPの存在が特徴的。

ぶっちゃけた話、雑誌とこうしたサイトを両立するのは本当に大変である。それに、特定のメーカーに偏るわけにもいかないし、新製品情報などは、雑誌を見て欲しいのが本音だ。そのため、そういった情報をもとめてはいけない。どちらかというと、そのコンテンツも雑誌のフォローとなるようなものが中心だ。そして、やはり多いのが、雑誌内企画と連動したもの。また、メーカーの協力で、アップデートファイルやCGのダウンロードサービスなども、これらの雑誌系サイトでできることがある。

流通系

流通系のサイトにも新情報はアップされている。しかも、他にないオフィシャルな情報を見ることができるのだ。

J-NODE

http://www.j-node.co.jp/



「GREEN」の動向がわかるのはここだけ。今最も気になる？

RSK

http://www.iijnet.or.jp/rsk/



前週の売り上げランキングが見れる。あとRスポは必見!?

流通系のホームページというのは、流通販売卸をしている企業のホームページである。流通だけに発売間近の新作情報や、売れ筋情報を見ることができるのもその特徴で、通販が可能なサイトもある。また、ホームページを持たないブランドなどは、雑誌が以外では、こういった流通系のサイトでしか、インターネットに発売前情報が載らない場合もある。発売スケジュールの関する更新も、月刊の雑誌以上に頻繁なので、発売日のはっきりしないアダルトゲーム業界では、貴重な情報源となるのだ。

情報系①

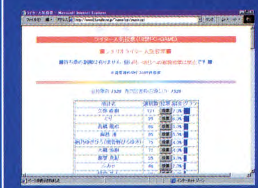
情報といっても、こちらは今やパソコンゲームにはなくてはならない(苦笑)アップデート情報を中心にしたサイトだ。

りぺあ

http://www2.famille.ne.jp/~nawa/



このサイトのマスコット、りぺあちゃんがお出迎え。



人気シナリオライターランキングの投票も受付&更新中。

バグやインストールのトラブルについては、そのゲームのメーカーのホームページでアップデートファイルがダウンロード出来るのだが、すべてのメーカーホームページを随時回って、そうしたファイルがアップされているかどうかを調べるのは手間がかかる。そんなとき、上で紹介している「りぺあ」が役に立つ。こうしたバグなどによるゲーム中の、ソフト的ハード的トラブル対処に特化したサイトなのだ。バグレポート専用の掲示板もあるので、まめに調べておくといざというときに困らない。

情報系②

情報に特化した個人サイトはいくつもある。ゲームの情報は多岐にわたるので、そんなサイトを知っておくと便利だ。

KTちゃんの気ままなホームページ

http://list.suki.net/



発売スケジュールを中心に、攻略などもフォローしている。

Gal's Street

http://www.neti.ne.jp/yss-k/Magazine/html/GS_Main.shtml



メーカーサイトの更新情報をいち早く伝えてくれている。

先の個人ページがバグ情報をはじめとするトラブルに特化したものであったのに対して、こちらは、日々変わる発売日情報や各メーカーサイトの更新情報を提供してくれているサイトなのである。膨大な数のタイトルの発売日の動きやメーカーサイトの更新情報を毎日更新してくれている。単純にその作業量と継続性は賞賛に値する。掲示板では、発売日やバグに関する書き込みも多く、これらもあわせれば、雑誌に載っていない公になっている情報はほとんど集まることになるのではないだろうか。

レビュー系

ゲーム雑誌ではおなじみのゲームレビュー。一個人の意見なのだが、そういった声こそ聞きたいところだ。

Sweet Lolipop

http://village.infoweb.ne.jp/~fvbb0222/



レビューサイトはいくつもあるが、質でここがおすすめ。



ゲームの概要から、周辺情報を踏まえて評価している。

あまりレビューに積極的でないのが、アダルトゲーム業界専門誌の現状である。しかも、これだけ大量に発売されつづけるソフトの中から面白いゲームを見つけるのは容易ではない。だからこそ彼らのように、他に先んじてプレイして、その評価をアップする存在は貴重だ。とはいえ、信用に足るレビューにはその商品はもちろん、その周辺知識も必要だ。そういった点においても「Sweet☆Lolypop」のUSGさんの評価は、十分な文章量と情報の併記があり、定評があるというのもうなずける。

何かマニアを熱くさせるのか

ショーバイから見るアダルトゲーム市場

作る、流通させせる、売る、情報を流す。これで初めてゲームはユーザーの手に届く。もちろんソフトハウスは業界の核ではあるが､その周辺に携わる人たちを無視することはできない。ユーザーにとってはあまり関係のない話、業界外部事情についてここでは触れてみたい。

弊社の親会社ソフトバンクは、PC業界最大手の流通部門をもつ。ただしこれはビジネスソフトを含めたシェアの話で、ことゲームということになるとONE OF THEMとなってしまう。かってはたしかにゲームソフトでもトップシェアであったはずだ。しかし近年、PCゲームを取り扱う流通業者は増え続け、さらには専売流通という聞き慣れないシステムが導入されている。これが1つの要因となっていようだ。

専売流通とは、特定ブランドのソフトを独占で流す会社のこと。ソフトバンクのような会社はそれに対して通常流通という。大手ソフトハウスではブランドごとに通常と専売を使い分け始めているし、新規立ち上げのブランドは専売が増えている。また、品ぞろえにこだわるショップは、契約している通常流通へ依頼し、専売から買うというパターンもあるようだ。さらには通常流通も専売化しつつあるらしく、これがまた複雑化に拍車をかけている。

ユーザーがショップでゲームを買う、という段階では、通常流通で卸されたものも、専売流通で卸されたものも変わりはない。つまりユーザーにとってはどっちでもいい話だ。しかし、通常、専売の両者では契約店舗数の違い、あるいは返品の扱い、卸値の格差など一長一短あり、シェア争いが混沌としてしまう原因を作っている。確かにソフトハウスは、数多く、より広い地域で､より利益の出る形で売りたい。片や流通、ショップも、数多く、ロスを少なく、そして利益を出したい。その理想的な形を模索するうちに、他には見られない、特異な流通構造が生ま



カラフルPUREGIRL
ビブロス
A4判 無線綴じ
定価590円
月刊



メガストア
コアマガジン
B5判 無線綴じ
定価700円
月刊



E-LOGIN
アスペクト
AB判 無線綴じ
定価650円
月刊



パソコンパラダイス
メディアックス
B5判 無線綴じ
定価750円
月刊

アダルトゲーム誌盛衰記

元々アングラで少数派だったアダルトゲーム(含む美少女ゲーム)の情報がまとまりはじめたのは、角川書店の「コンプティーク」の「袋とじ」が最初であったように思う。当時は小学館の「ポプコム」とか徳間書店の「テクノポリス」も健在で、一時月2回刊になったアスキーの「LOG IN」に対抗するためか、しだいに美少女ゲームの特集を多く行うようになっていった。富士見書房から、コンプティークの袋とじをまとめた「ちょっとHな福袋」が、ほぼ年刊として発行されだした頃、「テクノポリス」が〝美少女ゲーム〟誌宣言をする。その頃人気を集めだしたエルフや、アリスソフトのMOOKを相次いで発売するなど絶好調だったが、91年の京都府警によるアダルトゲームの摘発事件をきっかけに､自主規制によって低迷していく。その間隙を縫って現れたのが、「パソコンパラダイス」などの、新たなアダルトゲーム専門誌の流れだ。

パソパラが月刊となる頃、「メガストア」や「BugBug」、そして「PCエンジェル」が創刊。アダルトゲーム市場の盛り上がりを証明するかのように、以後大手出版社も次々と名乗りを上げる。辰巳出版の「美少女ゲーム最前線」や「パソコンペンギンクラブ」、大陸書房の「美少女ソフト大研究」、司書房の「PCドルフィン」、英知出版の「電脳Beppin」。ぶんか社も、たった2号ながら参入していたことを知る人は少ないだろう。他にも「パソコンプレッセ」「電脳通信PiPi」「ぷるぷる」「I've」など、消えていったアダルトゲーム雑誌は多い。

れてきたのではないだろうか。
　だが、けっきょくは各流通はいかに有力タイトル(ブランド)を確保するかが大きな仕事だ。一方ショップはこの不況下でいかに売るか、プラスαのアイデアで勝負する。秋葉原のとあるショップの売り場担当者はこういう。
「秋葉原は、ソフトの価格的には他の地域の量販店より優位ということはもはやありません。しかし、こちらからソフトハウスに提案して、うちオリジナルのテレカとか原画集とかを制作してつけてますから、多少高いとしてもユーザーはそういうショップで買ってくれています。今のユーザーはネットで情報を集めやすいし、層としても自由になるお金を持っていて、しかもこの市場から離れていくことが少ない。実際、売上前年比も悪くないですよ」
　やはり、アダルトは不況に強い。このコメントからも証明されよう。とはいえ、やはり同じようなジャンルが乱発される最近の傾向や、それゆえの商品寿命の早さは危惧しているようで、3カ月売れたら長いほうと語る。それだけに、仕入れ本数にはかなりの神経を使わなければならない。また、PCは中古よりも新古やコピーのほうが問題じゃないかという話も聞くことができた。流通構造が違うとはいえ、コンシューマとは対称的といえるだろう。
　アダルトゲームは絵とシナリオのできいかんという話をよく聞く。しかし、流通やショップは、それだけではない新たな潮流を欲している。最近、新機軸として注目されつつある3Dもの(実写ではなく)は、意外と健闘しているらしいが、こういった実験作や意欲作がいくつも成功を収め、さらに活気溢れる市場になることは、市場拡大のためには不可欠な要素だ。これはコンシューマも共通の課題といえるだろう。であるならば、余裕のあるうちに、市場が衰退しないうちに各ソフトハウスは新たな試みをしていかなくてはならないのではないだろうか。


ソフトハウスも独自のグッズを制作。通販などのキャラクタービジネスへと乗り出すところもある。


秋葉原はショップ個々がソフトハウスに提案して販促品を作るとか。そこが聖地と呼ばれるゆえんなのかも。



PC Angel
オディセウス
B5判 無線綴じ
定価680円
月刊



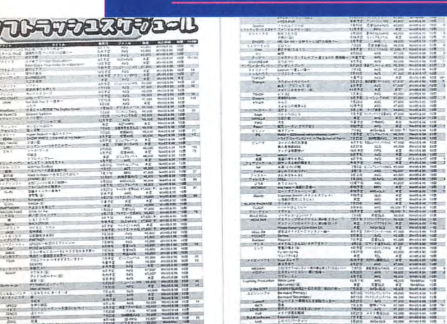
電撃姫
メディアワークス
A4判 中綴じ
定価700円
季刊



P-mate
毎日コミュニケーションズ
A4判 中綴じ
定価680円
月刊

　そんな戦国時代そのもののアダルトゲーム誌業界に、最後にやって来てあっという間にトップの座に躍り出た雑誌があった。ログインの姉妹誌である「E-LOGIN」だ。最近では「電撃姫」「P-mate」「カラフルPURGIRL」などA4判のニューウェーブ雑誌も、着実に部数を伸ばしてきているし、老舗の「パソコンパラダイス」、攻略重視の「PCエンジェル」に、CDコンテンツ付きの「テックジャイアン」も加わり、ますます熾烈な販売競争が繰り広げられている。
　定期刊行物以外に目を向けると、現在アダルトゲームの攻略をまとめた書籍が、数社から続々と刊行されていることがわかる。中でも「PCエンジェル」のオデッセウスから発行されている「攻略王」シリーズは、価格が1,000円(税込)とリーズナブルなこともあり、ロングセラー化した。ただし速報性という点では、ユーザーによるインターネット情報にはかなわない。インターネットとの住み分けが、今後のアダルトゲーム雑誌の課題となるだろう。

怪しいアダルトゲームジャンルの世界


「カラフルピュアガール」8月号より。最近のジャンルはスゴイ。

　百花繚乱といった感じのアダルトゲームだが、発売カレンダーもユニーク。ジャンル。単純にRPGと表記するものから、キャスター凌辱AVGのように具体的に内容がわかるものまで、ほんとにいろいろある。なかでも笑うのが、汁物AVG。ジャンル名を考えるのもソフトハウスの大きな仕事の一つなんだなあ。

何がマニアを熱くさせるのか

最近のちょっといいおすすめゲーム

gM編集部が独断で選んだ、アダルトゲームのおすすめタイトルを目的別に紹介。ライトユーザー／ヘビーユーザー向け表記に従って、好みのソフトを選んで頂ければば幸いだ。

ドラマ重視

ストーリーを楽しみたい!!



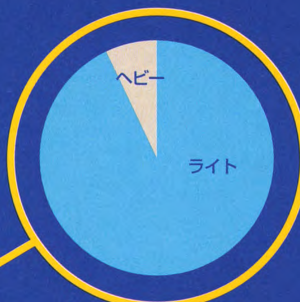
プレゼントプレイ
デジアニメ・コーポレーション
WIN95/98　8,800円　99年6月24日発売

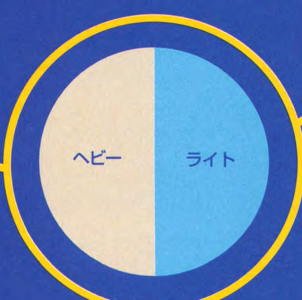
題名の“プレゼントプレイ”とは、「劇を演じる」という意味。その名の通り、このゲームでは、3人の“女優”が異なるシチュエーションでそれぞれの役柄を演じていく“華劇”という形式をとっている。華劇というだけあって、この作品では「魅せる」ことが強く意識されており、随所に挿入される美麗なアニメーションは、“デジアニメ”というブランド名にふさわしい完成度とボリュームになっている。



ADAM THE DOUBLE FACTOR
シーズウェア　WIN95/98
8,800円　99年6月18日発売

「ＥＶＥ」シリーズの続編。今回の主人公は「ＥＶＥ burst eroor」でおなじみの“法条まりな”と“天城小次郎”の2人。世界設定も継承されており、今回の事件も前作の出来事と深い関わりをもっている。シリーズでおなじみの“マルチサイトシステム”は本作でも健在。異なるキャラクターの視点でプレイすることによって、より深みを増すストーリーを味わうことができる。新要素もプラスされているぞ。





ゲーム性重視

本格的なＲＰＧやＳＬＧがしたい!!



ワーズ・ワース
エルフ　WIN95/98
8,800円
99年3月25日発売

PC-98で発売された人気ＲＰＧが、完全リニューアルされて登場。キャラクターデザインが一新されたほか、イベントも多数追加され、フルボイス化されるなど、魅力タップリ。３Ｄポリゴンで表現されたダンジョンで、リアルタイムバトルを繰り返しながら、最強の男を目指せ。



「ママトト 〜a record of war〜」
アリスソフト
WIN95/98/NT　8,500円
99年7月1日発売

移動要塞国“ママトト”を立て直し、戦乱の続く大陸の統一を目指すシミュレーションＲＰＧ。戦闘ＳＬＧパートと恋愛ＡＶＧパートから構成されていて、後者では鬼畜なカカロ王と、純愛のナナス王子双方の展開を楽しむことができる。アイテムやカード集めも楽しいのだ。



加奈～いもうと～
ディー・オー
WIN95/98　8,800円
99年6月25日発売

アダルトゲームでは老舗のディー・オーが、初の純愛ノベルをリリース。内蔵疾患で死を宣告された妹・加奈を見守る兄の視点から、感涙必至のストーリーが語られる。嫌悪から絶対的な保護へと変わる兄の想いと、その兄を恋人のように慕う妹の想いは、果たして成就するのか。

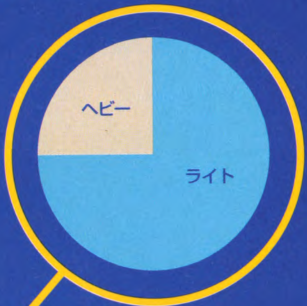


Ｋａｎｏｎ
ＫＥＹ
WIN95/98　8,800円
99年6月4日発売

７年ぶりに訪れた雪の街で、主人公は５人の少女と出会う。おぼろげに残る記憶のすき間には、大切な思い出のカケラだけが残されていた。自分はいったい何を忘れてしまったのか……。シナリオ、音楽、グラフィックの絶妙なバランスが感動を呼び起こす、冬のロマンチックノベル。

感動系

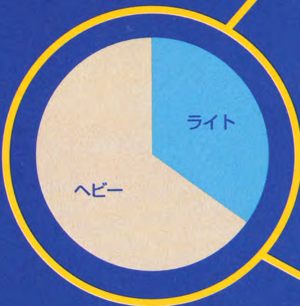
ハンカチ片手に泣きたい!!





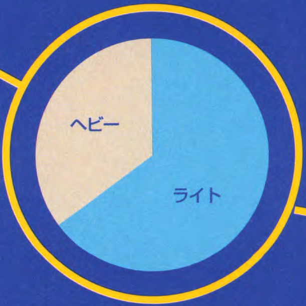
ＲＩＳＥ　ライズ
WIN95/98　8,800円
99年2月25日発売

ロボットを育成して1カ月先に迫る大学祭のミスコンで優勝させるという、一風変わったアドベンチャー。1日は3つのパートに分かれている。午前と午後はＡＶＧパート、夜はさまざまなアイテムを駆使して、ロボット「ななこ」を育成する育成ＳＬＧパートだ。庇護と監督の対象から恋愛の対象へ、光源氏も足長おじさんもそうだけど、何も知らない女の子を自分の色に染め上げていくのは、まさに男の浪漫。



ロボット育成

純真なロボットと暮らしたい!!



純愛・ラブコメ

かわいい女の子と恋愛したい!!



とらいあんぐるハート
ジャニス
WIN95/98　8,800円
99年12月18日発売

魅力的なキャラと、素敵な高校生活が過ごせる純愛アドベンチャー。登場する女の子は、デコボココンビの２人の幼なじみ、くノーの少女などやや色物調だが、登場人物たちとの、テンポの良い会話が実に楽しく、ハマること請け合いだ。また純愛系のアダルトゲームでは、手が抜かれがちなＳＥＸシーンも、段階的にリアルに描かれているなど、ていねいな作りが嬉しい。



こみっくパーティー　リーフ
WIN95/98
8,800円
99年5月28日発売

「痕」や「Ｔｏ Ｈｅａｒｔ」の発売で、一気にメジャーなメーカーになったリーフの最新作は、同人誌を作って即売会で発売し、そこで出会った女の子たちと仲良くなるのが目的のシミュレーション＋アドベンチャー。会場で出会うのは、運営スタッフ、同人作家、コスプレイヤー、声優アイドルｅｔｃ。イベントの数やビジュアルなど、タップリのボリュームが楽しめる。



メイド狩り
エヴォリューション
WIN95/98 8,800円
99年7月2日発売

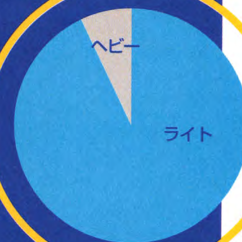
懸賞の賞品としてメイドさんと古びた洋館で100時間過ごす権利をゲットした主人公。悪だくみを思いついた主人公は、かわいいメイドさんたちを次々と毒牙にかけていく。システムは、MAP移動＋探索型のアドベンチャーで、アイテムや情報を探しながらメイドさんを追い詰めていく。凌辱系の内容ながら、コミカルなタッチでストーリーが展開。気楽に楽しめる作品だ。

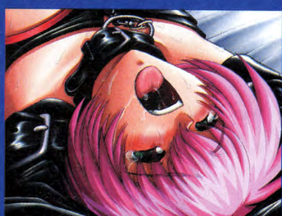


ぎゃるふろ GAL's Frontier
ＰｉＡＳ
WIN95/98 7,800円
99年5月21日発売

三流エロ写真誌のカメラマンとなって女の子をナンパするアドベンチャー。池袋、吉祥寺、銀座、新宿、渋谷、横浜の6つの街で、総勢39人の女の子をナンパしてハメ撮りしていく。ちゃんと考えて質問しないと雑誌の売り上げにつながる写真が撮れないが、どの子も３つ質問すればコトにいたれる。めんどうなことなしに手っ取り早くHシーンが見たい人にオススメの1本だ。

お手軽系
とにかくHなCGを見たい!!





凌辱～好きですか～
アイル
WIN95/98 8,800円
98年6月26日発売

主人公は借金の代償として、ＴＶ局に出入りするアイドルや女優、女性キャスターのレイプビデオの撮影に迫られたアシスタントディレクター。フルカラーとフルボイスで展開する凌辱シーンは圧巻で、ボリュームも満点。アンダーヘアーの有無や飛び散る精液の量を任意に選べるなど、ユーザーフレンドリーなシステムと相まって、ストレスなしにプレイできる。



臭作
エルフ
WIN95 8,800円
98年3月27日

昨年の発売以来、驚異のロングセラーとなっている、盗撮＆凌辱アドベンチャー。プレイヤーは変質的な用務員の「臭作」になって、３日間のうちに女子寮内のあちこちにビデオやカメラを仕掛け、その写真をネタに寮の女の子たちを脅迫していくのだ。小道具ごとに変化する、エッチシーンのＣＧは多彩。ビデオカメラで盗撮した画像は、アニメムービーで見られるのだ。



鬼畜・凌辱
世界のオンナは俺のモノ!!



調教
ご主人様と呼ばせたい!!



ＳＥＥＫ２ -SADISTIC BABYLON-
ＰＩＬ／ストーンヘッズ
WIN95/98 8,500円
99年6月25日

調教ＳＬＧの草分け的存在である「ＳＥＥＫ」の続編。前作同様、細かなパラメーターが用意されており、感覚的には育成シミュレーションに近い内容となっている。ゲームの難易度はやや高めだが、よりマニアックでハードになった調教メニューをどんどん実行していこう。きちんとオチのあるストーリーが用意されているので、ＳＭ好き以外のユーザーでも楽しめるぞ。



姉妹いじり～散ル花二輪～
にくきゅう
WIN95/98 8,800円
99年6月25日

同じ調教系でも、「ＳＥＥＫ」がパラメーター重視の育成タイプなのに対し、こちらはアドベンチャー色が強い。プレイヤーは謎の組織の一員となり、とある姉妹を60日間という期限内に「商品」として仕上げるのが目的だ。調教器具を購入する資金の確保が重要となるため、いかに金を稼ぎ、良い器具を入手するかが攻略のポイントになる。純愛エンドも用意されている。

何故に僕らはアダルトゲームをするのか？

（DOSゲーマー）J.O.宍戸
ゲームは軽いのが一番 絵は2番目で結構

私も18禁ゲームを何本か持っているが、「雫」と「痕」、「To Heart」以外はクリアしていない。というよりは、処理が重くてゲームにならないのでやめてしまう。もちろん、私の所有するシステムが5年前のままのスペックということもあるだろうけど。それでも上記3本のソフトは、うちのPC-9821Ap2+メモリ22Mなんていう環境のWindows95上でも、そこそこ快適に動作してくれた。ところが、先日購入した「加奈」の重いこと重いこと……。同じサウンドノベルにも関わらず、とにかくプレイヤーの私を待たせやがる。確かに、フルカラーで表示しているせいもあるのだろうけど、それにしても重かった。おかげで、まだ2時間ぐらいしかプレイできていないし(笑)。サウンドノベルなんて、画面が綺麗なよりはシナリオが良くできていればいいんだから、軽いほうがサクサクと進んでいいんだけどねぇ。それを考えるとDOS時代のソフトは良かった。「雫」と「痕」はPC-98版もWindows版も持っているけど、PC-98版のほうが好き。しつこいようだけど、Windows版のBGMはCD-DAで鳴るので、リピート時に雰囲気が壊れるけど、PC-98版はどちらもMIDIで鳴るので快適なのだ。Hシーンを見たい人は処理が重くても絵が綺麗なほうがいいんだろうけど、私的にはHシーンなんてどうでもいいんで、軽くて感動できるゲームを作ってほしいものだ。

激亀仙人
母胎回帰と、処女願望と、大人になれないシンジたち

同じアダルトでくくられてしまう事が多いが、アダルトゲーム愛好家とAVの裏ビデオ愛好家には天と地ほどの差があるように思う。他人との接触を得意としないオタクたちは、実はイメージの世界だけで昇天してしまう技を身につけているのだ。アダルトゲーム誌では、抜き目的の〝オカズゲー〟という表現が使われるが、実際に右手にマウス、左手に息子を持ってプレイしているユーザーは何人いるだろう。これは私見だが、鬼畜&凌辱ゲーマーならいざ知らず、一般のアダルトゲームユーザーは、生身の女性との恋愛&SEXのトラウマを解消するために、毎週発売のゲームをせっせと消化しているのだと思う。自分にとって都合のいい部分だけを、都合のいい時間に仮想体験できる。精神衛生上から見ても、アダルトゲームはかなりオススメのドラッグだ。PC-98から、Windows95環境に移行して一時期沈滞した業界も、家庭用ゲーム業界のリストラ社員という優秀な人材の流入で、かつてない激戦区の様相を呈している。画像のクオリティもアップし、音声やCD-DAで臨場感もバッチリ。最近では〝純愛〟を語る「泣けるゲーム」が隆盛だが、プレイ自体が世間的に後ろめたい行為であるがゆえに、〝贖罪〟としての「泣きゲー」は、今後とも増加していくだろうと推測される。——なんて堅苦しく考えないで、気楽にプレイするのが一番ですが(笑)。

gM編集部・西岡 浩二郎
何故に彼らはアダルトゲームを作るのか？

今回、各アダルトゲームメーカーの取材を経て、コンシューマ業界とアダルトゲーム業界の違いというものをいくつか感じた。そのひとつが、市場原理に寄っているか、作り手の原理によっているかであった。もちろん、市場を完全に無視はできない。しかし、こと作り手、クリエイターの内面ではどうだろうか。

コンシューマ市場は大きくなってしまい、マニアの懐だけでは食べていけないほどになってしまった。それだけに、数多くのユーザーに応えるべく、容易に理解出来るゲーム作りが求められている。これに対して、アダルトゲームは、明確にユーザーを区切っている。そもそも、18歳未満を相手にする必要はない。さらに、〝18禁という垣根〟を越えてでも遊んでくれる熱心な人が対象である。自分たちの作っているものがどんな人の手に渡っているか明確なのだ。大きな市場規模でヒット作を作れれば、多くの人の手を経て、多くの人の手に渡ることになる。ヒット自体は誰もが望む。しかし、同時に、自分が作り、自分の力が評価されたという感覚は人の手を経るほどに急速に薄れていく。この反比例する要素の損益分岐点が、この作り手にとって、手頃な規模と反応を得ることの出来る市場、アダルトゲーム市場なのではないだろうか。それを今回共通の言葉として聞いたような気がする。「作りたいものを作っている」と……。あ、硬いッスか？

激走トマランナーと愉快な仲間たち

close up Desert Productions

「卑怯者が勝つ！」そんなTVCFも新鮮な、人間(?)レースゲーム「激走トマランナー」。個性的で関西ノリでなおかつ後ろで見てても楽しい。闘えば友達をなくすかもしれないけどアツい。なんなんだこのゲームは!? 誰が作ったんだこんなゲーム!? そんな疑問にズバリ答えます。



「激走トマランナー」
PS/SCE/ハイスピードアクション
1999年7月22日発売/5,800円
個性みなぎる15人の選ばれたトマランナーを操作し、とりとめないさまざまなコースで競争する、アホなゲーム。

そもそもトマランとは……

――ではまず、デザートプロダクションを設立されたあたりのお話や、『ゲームやろうぜ』に応募していく過程とかをお話いただければ。

中馬　みんな前の会社は同じだったんですけど、僕だけだいぶ前に辞めていまして、『ゲームやろうぜ！』の公募がある前はちょこちょこフリーでやっていたんです。で、応募して一応合格ということで、前の会社の先輩だった竹ノ内さんに相談したんです。「こういうのをやってみようかなと思うんですけど」と。それで、竹ノ内さんにメンバーを集めていただいたということ

ポールやマットでスピードアップ。自力では曲がれないからね。



です。

——「ゲームやろうぜ！」に応募した企画というのがこの「激走トマランナー」ですか。

中馬　ではないです。トマランの企画は、ここ（兵庫・三宮）に事務所を用意してもらってから、だいぶかかったんですね。半年ぐらい。めちゃめちゃゆっくりさせてもらって。

——そうやって皆さんで考えていった中で、なぜトマランナーだったのかというようなところを。

塩崎　作ることでも遊んでみたかったということでしょ。これまで僕らはアーケードゲームが多かったせいもあって、思考が重要なゲームよりも、反射神経がいる方が作りやすいし、自分で評価しやすかったから。あと3D中心のゲームを個人的にやりたかった。アドベンチャー作るよりも、技術的にはそっちの方が磨かれるかなと。

中馬　元々の企画の原案というのは竹ノ内さんなんですよ。

竹ノ内　最初は「ランニングマン」というタイトルだったんですけど、その語呂がなんか気に入って、そういう雰囲気のゲームを作れたらというのだけなんですね。あとはみんなに発展させてもらったという感じです。

基本的には立体ソニックみたいな感じで、アスレチックなステージを走ってグルグルッと回ったりというので考えていたんです。屋根裏に上がってみたりとか、床に穴が開いて下へ行ったらアイテムいっぱいあってとか、そういうのだったので、それを服部さんや塩崎さんにいろいろ肉付けしてもらって「干支ランナー」という、キャラ全部干支で、いまのシステムにほぼ近い形になった。

小谷　十二支から外された猫が、逆襲するという発想のゲームですね。

——トータル制作期間は3年かかったわけですね。本来ならもうちょっと早く出るべきものだったんでしょう？

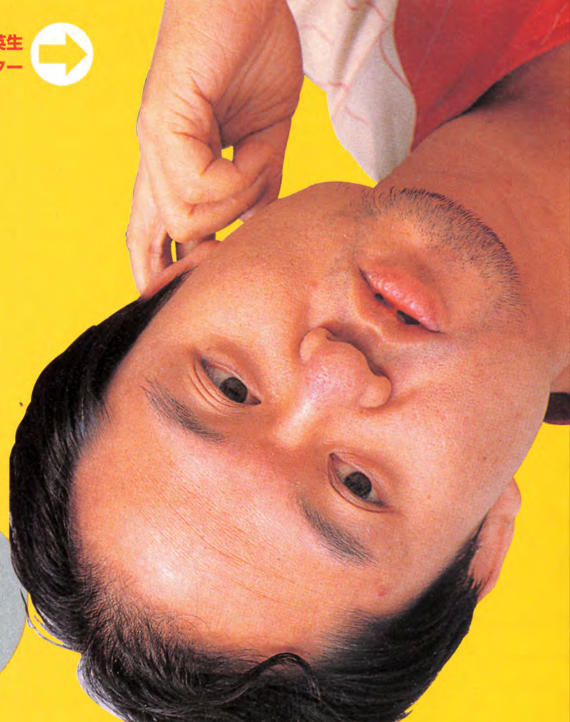
小谷　皆それぞれ哲学があるので、やっぱり試作から「こうしたい、ああしたい」というのは擦った揉んだしました。「こういう方向性もあるんじゃな

誰がこんなの作ったの？



面倒な操作もチュートリアルで楽々学習。遊びながら学ぶ。

誰がこんなの作ったの？



塩崎英生
ソフトウェアDEPT.ディレクター

いの」という、拡張の方向性をまとめるのに半年ぐらいかかった。

中馬　半年じゃないです。

服部　僕は1年やと思う(笑)。

――なんとか妥協点を見つけて皆さんで歩み寄っていったということですか。

小谷　自由度を与える方向と、制限をかけていく方向と、大きく2つのベクトルがあったんです、まったく違う角度の。最終的にはやっぱり制限をかけていく方向性の方を採用して、それに準じたギミックとかを追加していったという感じなんです。ある意味でいうとそれは正解だったかなと思いますね。かなり新しめのゲームなので、あまり自由度が高すぎても……。インターフェースも新しい、遊び方も自由度が高いと、逆に入っていけないというところがあるかもしれないから。

――干支ランナーとか、トマランの初期バージョンはもっと自由度が高かったりするんですか。

小谷　いえ、初期からいまの形ですね。結構パンクを走ったりするようにできないかとか、いろいろやっていたんですけど。

――そもそも「トマラン大会」というのは何なんでしょうか(笑)。

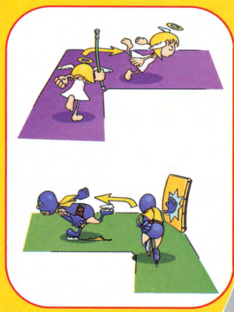
服部　何なんでしょう。

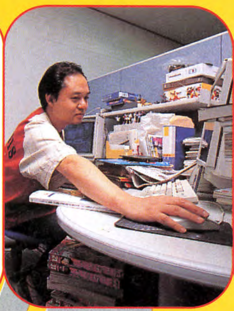
――21世紀の設定とか、いろいろいつ付けられたのかわからないんですけど。

塩崎　単にいうてるだけですけど。

服部　何か「なんでこいつら走っとんねん」みたいな理由づけみたいなものがほしかったんですね。干支ランナーというのは、干支が競争してその順番で年が決まったという話から来ているということで、その辺で僕なんかは結構キャラデザインする時に拠り所ができて気持ちが落ちつくんですけど、それは一回ボツになった。どうしようかなという辺りでやっと僕も吹っ切れてきて、じゃあ設定的には大会みたいなのが開かれているような漠然としたものでいいかなと。そのぐらいで「トマラン大会、何?」というのはあえて考えてないです。

中馬　考えだすとわからなくなってくる。









フリーのサウンドクリエイターだった中馬氏が『ゲームやろうぜ！』に応募したのをきっかけに設立。社名の由来は中馬氏の好きな曲『デザートソング』から取ったとか。意味としてはあまりいい言葉ではないが、姓名判断では「なかなかいい」とお墨付きをもらって、決めたらしい。

――「干支ランナー」から「トマランナー」へと設定が変わる流れの中で、こんなボスキャラがいたけどボツったとか、こう絞り込んだとか、そういう経緯など教えていただけますか。

小谷　結局人気が高いのが残ったというのはありますね。見た目で「やっぱりこれ、ええわ!」というもの。

――スタッフ内でですか?

小谷　やはりゲーム性を拡張しようといった時期に、キャラクターの中から幅を出せないかという話が出たんです。つまりギミックだけじゃなくてキャラクターの形とか、そこからゲームの変化というのが作れないかということで、一度キャラクターをデザインし直すことによって盛り込めないかということを考えたんです。だから足がいっぱいあったりするキャラクターもいいんじゃないということで、クモ星人とか考えたりしていたんですよ。その頃にやっぱり手のないキャラクターというアイディアも出てきたりして、ガルルとか源さんが生まれてきて。

――人気投票で決めたというんですけど、スタッフ内で人気のキャラクターというのはなんですか?

服部　エースさんとカッパじゃないですか。あとピヨですかね。

中馬　あんまり普通の人は……。

服部　それは見てくれだけの問題ですね。

中馬　実際使うと嫌ですよ。

小谷　カッパは初期から形をほとんど変えずそのまいったという、珍しいキャラですね。

塩崎　あいつはポリゴンも少なくてすごくいいんですよ(笑)。

小谷　あの頃にはヘボい方が"らしい"ということで、ほとんどOKで(笑)。方向決まる前は難しかったですけどね。これでええのかどうかって。カッパは散々桐田(SCE制作プロデューサー)にいわれまた、100回ぐらい。



服部一哉
アートDEPT.ディレクター



竹ノ内裕治
サウンドDEPT.ディレクター

だけどそのまま残ったね。

――抵抗した理由はやっぱりお気に入りだったというか。

中馬　それはあったと思います。

服部　「これがええんや」というのはありましたね。「嫌い」っていわれればいわれるほどいいって。「あの目が嫌や」とかって。「それがいいんだ」って僕は思ってた。

小谷　僕が神戸から帰ってくるたびに「カッパ直った？」と聞かれて(笑)。「いえ、直す気ないです」って。そのせいでちょっとジャム夫が人身御供になってしまった。最初もっといやらしい顔していたんだけど。

中馬　僕は初めの方が好きだったなあ。

小谷　だから、カッパを直す気はさらさらなかったのでジャム夫を直して、人柱にしたんです。「変わったでしょ」みたいな。

――主人公のジャム夫とかナカジマとか、あの辺の名前の由来は何かあるんですか。なんかその場で決めたような(笑)。

小谷　ジャム夫はその場で決めましたよね。

中馬　落書きに「ジャム夫」と書いてありますもん。

服部　後で変えようと思ったんだけど、もういいやと思って。

服部　ナカジマは会議しましたよね。

塩崎　激しく2時間ぐらい話し合った(笑)。ナカジマは一番最後にデザインされたんですよ。女の子が少ないんで、ちょっと入れておかなあかんなといって入れたキャラなんで。名前どうしようかというんで、僕は普通の名前がいいって、名字で呼び会うようなやつにした方がいいといってたんです。例えば山崎とか、なんかその手の名前にした方がいいと。それでずっとそういう名前を挙げていって(笑)。

服部　互いに持っているニュアンスがちょっとずつ違うんで。

塩崎　「これでも笑えるけどな」とかって。

試作しないとわからないことがいっぱいあったわけで

――ゲームシステムに関してですけども、部屋の中を走り回ってポールとかマットでコーナーを曲がっていくという基本のアイデア部分なんですが、その辺はいつ頃から生まれたんですか。



中馬淳
代表/サウンドDEPT.ディレクター

トマランナーアクション説明用イラスト。イラストだけで何ができるかわかってしまう。



塩崎　それはすごい最初です。それなかったら多分何も進んでなかった。

服部　最初は壁を蹴って曲がるという設定で、でも壁はどこでもあるのに、なんで角の壁だけがそういう作用をするのかっていうところが気になりまして。どこを叩くのか、明確にしようということは思っていましたね。

塩崎　あと角の外側の壁は叩きにくかった。

――その辺から発展してシリターンですか。

塩崎　そうですね。あの辺はだからあらゆるボタン操作に対応をしてみようと。

服部　やはり基本動作が左手出す、右手出す、前に突き出すというのと、あとスライディングとかジャンプした時とかにおいてこういう操作をした場合はどうなるんだ、ということを区分けしていくうちに、あのアクションが生まれた。両手で叩くこともあるだろうと。

――そういうアクションであるとかアイテムとかを増やしていく前に、まずコース自体のおもしろさを詰めていく作業がたぶん長い間あったかと思うんですけど、その辺の苦労話もお聞きしたいんですが。

服部　最初はステージのモチーフになるような寺とか海とか、そういうおもしろく発展しそうなものをとりあえず出しまして、その後紙の上に書いたんですね。それを今度実際にちょっと作ってみる。そこでそのコースを走ってみると発見があるんです。コーナーがこのぐらいの距離で並んでいると結構おもしろいんじゃないかとか。そういうのをまたフィードバックして直していくという作業でしたね。けっこうマップはいろいろいじって苦労したということで。

塩崎　そうですね。実際試作しないとわからないことがいっぱいあったんです。作り直しの連続。

小谷　アクションが後から増えたりしたので、そのアク



小谷浩之
SCE制作部ディレクター

ションを生かすというか、そのアクションを使った場合にこうショートカットができるとか、そういうものを盛り込もうというような形で進めたと思います。ここは例えば竜巻でうまいことつなぐとすごい遠回りになるところをうまく行けるんだとか、あと鉄棒からジャンプした場合どうなるのという話から上に行けるんじゃないのと。じゃあ上に行ける見えないショートカットを作っておこうとか、なんかアクションが拡張されるたびにそれに対応したようなコースの案が出てくるという感じですね。

――アイテムを使うことで大きく戦い方が変わってしまう。あの辺はコースと平行して考えていたことですか。

塩埼　アイテムはすごい苦労したんですよ。

竹ノ内　ただ競争するという展開だとちょっと単調だったんですね。

小谷　やっぱりひと波瀾を加えたいというのが一番です。同じアイテムを盛り込むというやり方に関しても、「マリオカート」のようなやり方もあるんですけど、あえて違うやり方を選択しました。キャラを最初選んで、武器を選んでと。だけどそれでも意外と使う人の性格が出るので、トマランナー向きのやり方だったかなという気はするんですね。

――育てる要素も入っていますよね。

小谷　育てる要素もかなり後からですね、入ってきたのは。懸念してたのは、こういうタイプのゲームを初めてやる人とそれなりに慣れている人とでは、かなり遊びやすさの幅が出てくるであろうと。成長の要素を入れたのは、なんとかうまいこと知らぬうちに、最初はゆっくりなんだけれどだんだんと速くなっていくという部分で、キャラとプレイヤーに成長してもらおうかなというようなところなんです。本当の気持ちよさの部分と入りやすさをなんとか共存させたいという。

――そのチュートリアル部分というのはSCEのほうから提案されたことなんですか。

小谷　チュートリアル作ろうといったのは私ですね。それはあった方が基本的にはいいだろうと思って。やっていて「こうやるとおもしろい」とかいうことがわかってきたので、途中で出るヒントデモなんかも、なるべくそこでハマった時にどうすればいいんだというのをタイムリーに出すような形でやろうと。トマランナーって新しいゲームだから、取扱説明書とかで一気に情報を与えられても「見たくない!」とか「やりたくない」というふうになるんですよ。私自身がいろんな人に見せたりする時に感じたものですから、これはやはり見やすい形でちゃんと受け取れるようなものにしないと、せっかくのおもしろさが伝わらないだろうなと思いまして。







実際ゲームを始めてしまうとコース図なんて見る余裕はないんだけどね。

――自社内でいま盛り上がっているのはなんですか?

服部　やっぱり対戦ですね。

小谷　一時はタイムアタックもかなり熱かったんですけども、そろそろ社内的には最短最速コースというのが見つかっちゃったかなというような感じがあって。

塩崎　同じくらいのレベルの人とやるのが一番おもしろいんですよね。

小谷　結構キャラによって性能がばらついたりとかありますから、もう取り合い。「そんなので来るのか」とか、お互いが取り合っている状況。

竹ノ内　だからある程度そのキャラクターやルールを自分たちで決めちゃうんですよ。このキャラは絶対使ったらダメとか、カミナリは絶対ダメとか。例えば一番速いアクマちゃんはダメにしちゃって、それが出てもキャンセルしてもう一回選び直す、ランダムに。ランダムで選ぶので、例え嫌いなキャラが来ても文句いわずに戦う。あとはステージに出るラッキーアイテムとかに頼りつつ一生懸命頑張るんです。そういう遊び方やってますよ。

やりの越したこと、そして次回作へ

――次回作、例えば「トマランナー2」とかというのは考えてます?

服部　やり残したことが無茶苦茶多いんですよ。やりたいなという希望はあります。

塩崎　ぜひ次世代PSで(笑)。

小谷　やり残したこと、やれなかったというのが多いですね。やりたくてもスペック上、これだけ作り込んでしまって容量足りないとか。かといってキャラクターがあのぐらい大きいってのは、やっぱり乱暴かなという気持ちもあるので。あとやはり最初からゲームの流れがイメージできて、ゲームの進行とかを想定してから取りかかれなかったという反省もありますから、次回作ならばどういう作ればいいかというのはある程度は想像つくし、やってみたい。

――独立して3年間頑張って作ってきて、もちろん苦しかったとは思うんですけど、あまり縛りのないところで新しいことにチャレンジできた充実感という部分もあると思うんですね。そのあたりを、お一方ずつ振り返っていただけますか。

服部　これまでずっとアーケードのゲ

ームを作って、その中でやっぱりアーケードの中では制限みたいなものが結構厳しくあったんじゃないかなと思います。それがコンシューマということで、じっくりやれる部分のおもしろさみたいな、そういうところをかみしめつつ作っていけたのが、自分にとってすごく楽しかったですね。

塩埼　僕は3Dがやりかったんですけど、初めてやれたというところに尽きるのかな。今回ほんま、僕はカメラが一番楽しかった部分なんですけど、中継カメラのつなぎが自分的にもかなり気に入っているので、そこらへんに満足してます。

——逆に辛かったことって何かありますか。

塩埼　すごい辛かったですよ(笑)。ほんまに完成するのかどうかもわからなかったですし。

中馬　僕の場合、実作業としてはサウンドの方をやっていたんですけれど、勉強勉強で楽しいというか、一番良かったと思うのが、竹ノ内さんと一緒にやれたことですね。ひとことでいえば天才。口ではどう説明したらいいかわからないんですけど。

——ただのいち竹ノ内ファン。

中馬　そう。だからそこかな。すごい人と一緒にやれたことが一番楽しかったこと。勉強ですね、何事も。

竹ノ内　僕の場合、やっぱりCDで音源の制約を受けずにできたというのもあるんですけど、これまでは、企画がプログラマーの方から上がってきて、それで「これやるか。これやるか」みたいな、外注的な仕事の請け負い方だったものが、自分が実際に企画に参加してというスタイルが初めてだし、そういう面でも、請け負い仕事ではなくて、自分らで考えていろいろできたことがやっぱり一番楽しかったかなという感じですね。同時にサウンドとしては「トマランナー」以外にも「サーカディア」というアルビオンのソフトと、もう1タイトルやりまして。ウチ4人いるんですよ、サウンドが。10人足らずの会社に4人も。

——それは多いですよね。

竹ノ内　そのサウンドの連中で3つぐらいの企画を、こっちの曲作ったり、こっち作ったりという感じで、結構ちょっとこっち煮詰まった時はこっちを作ってみようみたいな感じで気分一新しながら、またそういうのが楽しかったですね。あとムービーに音をつけたというのが初めてだったので、これもまたなんともいえない快感。映画に曲をつけるような感じですね。

中馬　サウンドはおもしろいですよ、ホント。

竹ノ内　効果音もちょこちょこやって。襖を破る音とかマットを叩く音とか、さまざまな音を声で作ってるんです。音源にプラスしてですけど。

——声の出演とかももやってらっしゃいますよね。そのへんってチャレンジの一環みたいな?

竹ノ内　いや、おもしろいから(笑)。声は結構前から仮音声とかでやってたんですよ。今回も身内というか、社内で音声録音しちゃったというだけのことで。そういうのも含めて「トマラン」の曲はメチャメチャいいんで、ぜひ聞いてみてほしいですね。サウンドモードもありますから。

小谷　最初はDAで作ったんだけど、もうCDがいっぱいいっぱいで。さすがに「トマランナー」を2枚組みにするわけにもいかないし。

竹ノ内　サウンドチームの人間は個人でも活動している人がほとんどですからね。ゲーム音楽は皆やってきた人なんですけど、それ以外でも結構オリジナルを作っているような人が多いんですよ。

中馬　ゲームの基本的な曲のつけ方ということでいえば、お寺だったらお経とか、盆踊りのところはやっぱり盆踊りっぽくとか、そういうオーソドックスなゲーム音楽の曲のつけ方、プラスちょっとトマランのキャラとかカラーといいますか、ならではのものをガンと入れてあげたと。だから全体に流して聞いてほしいですね。トマラン大会でもストーリーを追い続けて。

——ゲームとは別に音楽CDとして出す予定はあるんですか。そこまでいわれるときちんと聞きたいですね。

竹ノ内　でもマスターがないんです。

小谷　ないの?

中馬　ハードディスク飛んじゃったんです(笑)。4ギガのハードディスク全部。バックアップ飛んじゃいましたのでもう無理ですね。

——ひえー。そうですか。まあ、それはゲームで聞いてみます。今日はありがとうございました。

(7月9日 兵庫・三宮 デザートプロダクションズにて収録)

誰がこんなに作ったの？




お寺つながりで神社でスタッフ集合写真。蚊がすごくて……。


わたし、できちゃった！
やったぁー
やっぱり攻略本がないとね
ソフトバンク パブリッシング
攻略本キャンペーン'99
モデル：金田 恵理（プラチナ tel 03-5542-6152）Photo：中馬 一隆（ブルーストーン）
キャンペーン期間
1999年8月〜1999年9月末日（当日消印有効）
応募方法
攻略本表紙カバーにある応募券を攻略本同梱の『愛読者アンケート葉書』に貼付け、弊社宛てにお送りください、上記商品が抽選で当たります。
なお、アンケートの内容は抽選とは関係しません。正確に記入してください。
対象商品
攻略本表紙カバーに応募券の付いた弊社書籍全て
SDガンダムGGENERATION-0ナビゲーションガイド(仮)8月下旬発売予定/
ソウルキャリバー パーフェクトガイド（その他多数）
■雑誌公正競争規約の定めにより、この懸賞に当選されたかたは、この号のほかの懸賞に入選できない場合があります。
■誠に申し訳ありませんが商品の指定はできません、当選者の発表は賞品の発送をもって発表に代えさせていただきます。
抽選・賞品発送は10月となります。
30 名様
ワンダースワン
300 名様
GAMESPOT
2ウェイバッグ
20 名様
ネオランガ
トレーディングカード
1000 名様
NOW PRINTING
QUOカード
（500円分）
※実際の商品とカラーが代わる恐れがございます。
SOFT BANK Publishing
ソフトバンク パブリッシング株式会社 TEL.03-5642-8100
国内最大級のゲーム総合サイト http://www.zdnet.co.jp/gamespot/





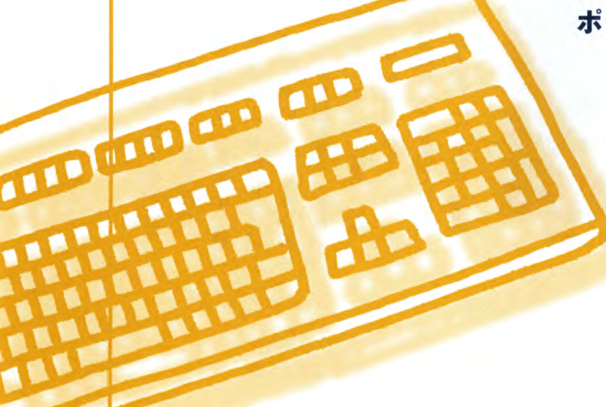
gM
ジーエム
RECOMMEND



gMスタッフ、ライターの独断で、発売済みソフトをオススメするこのコーナー。今回からはギュッと凝縮して各1Pでレビューすることにしました。埋もれた名作、こだわりの旧作、注目の新作。これは我々の愛ゲーム宣言です。



CONTENTS







「風のクロノア　door to phantomile」
PS
ナムコ／アクション
1997年12月11日発売／5,800円

ナムコが復活させた〝現代の童話〟

文＝多根清史（BIG★BURN）

人は生涯で2度、「童話」に出合う。もちろん1度目は、幼いとき。そして2度目は、大人になってから、自分の中の〝子供〟を確かめるときだ。

赤ん坊は、独りだけの世界に生きている。自分の泣き声ひとつに親が一喜一憂してくれる、まさに自分が中心の環境だ。その後、思い通りにならない〝外の世界〟へと放り出され、徐々に現実と折り合いをつけることを学んでいく。

しかし、何かに耐えられなかった時の「癒しの場」は、誰にでも必要だ。そして昔の子供たちは、それを童話に求めた。冒険好きなら『ピーターパン』、親の仕打ちがきつければ『家なき子』などに代表される「生みの親と育ての親は別」話を選び、それを自分の一部として、想像力を自由に泳がせた。物語世界と現実の生活を合わせ、「2倍生きる」ことで、苦しみもより和らぐのである。

そして僕が育ったのは、TVゲームの中に「童話」が生きる時代だ。ゲームセンターの薄暗い照明は、現実から〝異世界〟に通じる道の、神秘的な雰囲気を漂わせていた（今考えると、店の補導員対策だったのだろうが……）。闇に浮かぶディスプレイの光に吸い寄せられ、歩いて浮かせた電車賃の100円玉を入れると、いつもの「あいつ」が待っている。

「あいつ」とは、地球を守る宇宙船だったり、宝を狙うダイバーだったりした。しかし、その中でも「特別」といえたのが、ナムコゲームの主人公たちだ。限られた色数とドットで形作られた、完結した美と可愛さ。たった3音のPSG（昔の音源チップ）が奏でるメロディを口ずさむだけで、悲しみを洗い流すことができた。そう、「現実」とはかけ離れているから、「童話」は成立しえたのだ。

そして、ナムコの新作を待つのが、ひたすら楽しみな日々が、しばらく続く。『ゼビウス』の初印象は「地味」だった。『リブルラブル』の歌を聞きたい一心で、『ラジオはアメリカン』を録音した。『源平討魔伝』の〝伝説〟に慄然とし、平氏の恨みの深さを想った。……ところが、いつの間にか、そんな時代は終わりを告げていたのである。

ハードが進歩して、「リアル」が画面を埋め尽くし、ナムコは3Dのドライブ物や格闘ゲームしか作らなくなった。ポリゴンがドットを、「現実」が「童話」を駆逐したのだ。

ところが、『風のクロノア』は、大人になってしまった僕に、自分の中の〝子供〟を確かめさせてくれた。心の奥底で眠っていた〝子供〟の自分が、ぎゃあぎゃあ騒ぎ始めたのである。

『クロノア』の基本アクションは、敵をふくらませて、捕まえる。そこから、投げてぶつけるか、ジャンプの途中に放り出して、二段ジャンプするかに分かれる。『何て古典的なシステム！』と独りごちながらも、顔は〝ニマッ〟と喜びを抑えられない。あまりにファンタジーな背景美術も、現実とゲームとの距離と、売上げが反比例する（学園物は、SFより売れやすい）現状では、減点対象となる。が、『午後の国物語』（『ワルキューレの冒険』のデザイナー＝富士宏氏作のコミック）を必死に集めたかつての少年は、やはりこちらの肩を持ってしまうのだ。

遊び進んでいくうちに、自分の中に眠っていた〝子供〟が〝大人〟を圧倒していく。そして、苦しく辛いラストを乗り越え、エンディングを見たとき……あらゆる想い出が噴き出した。やっぱり、いや、でも、結局は、そんなの嫌だー…!!

この「作品」に泣かされたのではない。過去にナムコが提供してくれた「童話」の数々が、一斉に蘇り、力を貸しているのだ。スタッフロールに〝ZUNKO〟の名を見たときには、2度涙した（これで意味が分かる人は、一晩語り明かそう！）。

現在のところ、ゲームは、映画という「現実の兄弟」へと近付く道を進んでいるようだ。しかし、それとは別の場所に「童話の王国」を築く……そんな〝もう1つの道〟もあったかもしれないことを、『クロノア』は思い出させてくれる。



ゲームの中の住人たちは、どこから来て、どこに行くのだろうか？

ポリゴンによる3次元的な演出をしているが、中味は左右移動とジャンプという、正統派の2Dアクションゲーム。「かぜだま」を使って敵をふくらませる様子は、同じナムコの「ディグダグ」をほうふつさせる。別世界「ファントマイル」の中に、緻密に築かれたファンタジー世界は、まさに同社の作品（「ナンジャタウン」などのテーマパークを含む）の集大成だ。ゲームを遊ぶ＝「夢を見る」、クリア＝「夢から醒める」を描き切ったストーリーは、残酷なぐらい胸にしみる。97年発売、今年5月にはワンダースワン版も登場。



「ジャイアントグラム～全日本プロレス2　IN　武道館～」
DC
セガ／対戦プロレスゲーム
1999年6月24日発売／5,800円

ゲームセンター、新時代の予感

文＝北沢マモル

高校二年の時だったと思うが、冬のある日、二階がエッチ系専門の映画館の下にあるパチンコ屋で授業をさぼっていると、四十くらいの店員のおじさんが「どう、出る？」とかいう感じで話しかけてきた。「いやぁ、ダメですね」とこたえると、おじさんは「んー、そうか」みたいな雰囲気で台を開け、チューリップに（パチスロが出るのはそのだいぶ後だと思う。なにぶんパチンコはあまりやらないのでよくその辺のことはわからない。少なくてもその頃そういうものはなかったと思う）5個くらい玉を入れてくれた。そして「今晩さ、店が終わる頃にまた来なよ。そしたらさ、出る台を教えてあげるよ」と耳元でささやいて去っていった。「今のは何だったのだろう、不気味だなあ」と考えつつ、そのうち玉がなくなってしまったので、また寄ってこられても嫌だなと思い、店の中のドアでつながっている隣のゲームセンターに移ることにした。

ゲームセンターは照明が落ちていて窓もなく、パチンコ屋よりもずっと暗かった。テーブルタイプの筐体がズラーっと並んでいて、ちょっとカビ臭い、そういう雰囲気の所だった。客は他に誰もいない。その頃僕はギャラクシアンに凝っていた。ゲームオーバーになり、ふと人の気配を感じので顔を上げると、さっきのおじさんが立っていた。夢中になっていたので気づかなかったのだ。おじさんは「今晩、待ってるからね」とまた言い、今度は百円玉を十枚くらい置いて、パチンコスペースの方に戻っていった。

その夜、僕はおじさんの所へは行かなかった。こりゃ話の種になる、めったにできない体験かもしれないと思い、実はけっこうどうしようか迷ったのだが、結局「やばいよなー」っていう気持ちの方が強くて、腰がひけたのだった。やっぱりあれはナンパだったんだろうね。昼間なのに外の光がほとんど入ってこないあの薄暗い空間とともに思い出されるちょっと不思議な記憶。その頃のゲームセンターはどこもそういうエピソードが似合う、ちょっとアンダーグラウンドなイメージの場所だった。

「ジャイアントグラム～全日本プロレス2　IN　武道館～」の新しいところは、何と言ってもNAOMIとの連動だ。自分の育てたレスラーを持ってゲームセンターに行き、誰かが育てたチャンピオン（マスクマンとかコスチュームが派手なの多い。まあ要する気合の入り方のあらわれでしょう）と闘う。勝利すれば王座交代で、今度は手塩にかけた我がレスラーがチャンピオンとして登録されるというシステムだ。根気のない僕は当然強いレスラーに育て上げることができず、いくら百円をつぎ込んでも、そのたびに返り討ちにされるという結果に終わったのだが、まあそんなヘナチョコでもそれなりの時間はともに過ごしたわけで、やっぱり自分の中にはドラマができているから、1プレイ（1タイトルマッチ？）に対する思い入れはとても強いものになる。「ジャイアントグラム」は、技が決まった瞬間に象徴される、脳を直撃するタイプの気持ちよさを味わうための装置だった格闘ゲームに、そのゲームの世界観設定を知っていることぐらいではとても比べることのできない深いドラマ性を持ち込むことに成功した。そしてゲームセンターはそのドラマを完結させるための場所になった。

昔のゲームセンターは刹那的な快感を味わうための施設で、空間自体もそんな性格の場所にぴったりの雰囲気を醸し出していた。現在、アーケードゲーム産業は不振で、かなりの苦戦をしいられていると聞く。がそういう話を聞くと、もしかしたら今は過渡期なのではないだろうかと、考えたりする。五年後のゲームセンターは、これまでになかった楽しさを体験するための新しい形のアミューズメント空間に生まれ変わっているかもしれない。「ジャイアントグラム」にはそんな予感がする。



いわゆる格闘ゲームとは一線を画する“全日”の醍醐味が味わえる。

バーチャファイターのキャラクターが登場するなどして話題を集めたサターン版のパート2がドリームキャストで登場。今回もバーチャファイターとの連動は引き継がれ、新キャラクターとして影丸が加わっている。アーケード版は一足先に稼動していた。NAOMIとの連動の他、VM用ゲーム「ジャイアントチャンネル」(「ジャアントグラム」からもダウンロードできる）の結果を反映させるシステムも採用されており、携帯、コンシューマ、アーケードと現在あるおもなゲーム機の形を横断して遊べるという新たな試みがなされている。



「マリオゴルフ64」
N64
任天堂/ゴルフゲーム
1999年6月24日発売/6,800円/振動パック対応

ゴルフとは精神のスポーツである……とか

文=大王

僕の隣で、編集部員・秋山ぞんびが「マリオゴルフ64」に興じている。好きでそうしたのだが、僕の仕事環境は、普通のオフィスデスクの横にパソコンラックをくっつけ、そのラックに20インチの安いTVを載せている。疑似外資系オフィスだ。その20インチTVの隣がパソコンモニター。つまりパソコンとゲームTVが隣り合っている、個人的には非常によろしい環境なわけ。

ところが、このTVを誰かに使われると、まあ仕事に集中できないというか、逆にドツボで困ったことになる。ましてやそこで遊ばれているソフトが、今自分的にやっておきたいものならなおさらだ。そういうわけで「マリオゴルフ64」は、今いちばん隣で遊ばれて気になるソフトとなっている。しかも秋山ぞんびが、僕がゲットできなかったキャラを、僕のロムで勝ち取ってしまったときには、首筋が熱くなるのを覚えた。つい先日は僕と対戦し、軽く11ホールくらいで破れてた男がだ。人がめきめき腕を上げる姿を見るのは本来好ましい風景だが、こればかりは別。仕事を終えたらキチッとわからせてやらなければなるまい……。

このゲームは、前作「マリオゴルフ」から相当な年月が経っていることもあり、その系譜は見て取ることはできない。正確にいえば、正統前作はPSの「みんなのGOLF」である。しかしそこは任天堂。キャメロット制作とはいえ、きちんと任天堂キャラクターの味、特徴がゲームに生かされるようプロデュースしている。この時点でもうOKだ。マリオのキャラクターをフィーチャーする。それだけでユーザーは安心できる。野球ゲームやサッカーゲームなど、スポーツゲームは実名ものがあとをたたないし、今や実名ものじゃなきゃ、みたいな風潮はある。実名だから、気持ちを込めて好きなチームで遊べる。ゴルフゲームでもゴルファーを実名化するという方向はあるのかもしれないが、まあ僕らにとってはタイガー・ウッズやジャンボ尾崎とラウンドするよりも、マリオやクッパとラウンドするほうが、はるかに面白いし、操作する楽しみがある。デフォルメ感かな。マリオはプロゴルファーをしのぐスターだってことね。まあ、さまざまなモードや賭けゴルフ的要素を入れてエンターテイメント性を出すのに、プロはまずいでしょということかもしれないが。とにかくマリオファミリーはいい。





キャラクター個々に飛距離、持ち球の癖が設定されている。キャラゲットしていかないと、使えるキャラクターは増えないので、勝ち進めよう。ぜひ。

あとはいかに勝つかだ。1人プレイでのキャラゲットやリングくぐり、ストロークプレイは、経験値を取り入れることで容易には先のコースへ進めない工夫もあり、もちろん面白いのだが、なんといってもゴルフは対戦である。マッチプレイである。ほかのプレイでもCOMと対戦はするが、その重みが違うのである。絶対に。ゴルフは紳士のスポーツというけれど、ゲームは絶対に違う。野次も飛ばせるし、キャラクターたちだってグリーン上で回ってみたり、ヘナってみたり、飛んでみたり、本来なら出入り禁止ものの動きをしているじゃないか。人対人の対戦となったら、そんなものではすまされない。パットを外せば人を人とも思わぬ罵声が飛ぶ。人格さえ破壊しようかという勢いだ。でもそれでいいのだ。こんな壊滅的な雰囲気をナイスショットの爽快感や、ほのぼのキャラクターたちが和らげてくれる。とはいえ、ホールを取られれば悔しいし、取ればうれしい。それは間違いない。悔しさとうれしさ。喜怒哀楽。これを味わえるのは、最近ではこの「マリオゴルフ64」だけだ。初心者を引き込みやすいのもいいね。まあ僕自身マニュアルを読んだことないんだけど、人に「やんない?」とかいって教えるときも非常に簡単。これでいつまで格下かわからない対戦相手も増えるってことで。

さあ、そろそろ秋山ぞんびを返り討ちにしてやるかな。負けたらもうやらないけどね。ほかの勝てる相手見つけてやるだけさ。僕ってそんな人間。とても紳士のスポーツやっているとは思えないような人間性かもしれないけど、だって勝った方が楽しいんだもーん。

PSのミリオンタイトル「みんなのゴルフ」を制作したキャメロットが、マリオをモチーフにN64に初参入した作品。試合経験を積むことで経験値を獲得し、コースを増やしたり、マッチプレイに勝ってキャラクターをゲットしたりと、RPG的作りでプレイヤーを飽きさせない。打球の飛びかたやカメラアングルなどは、みんゴル同様爽快感抜群。コースレイアウトや画面周り、そして隠されたフィーチャーにもマリオシリーズのキャラクターが配置され(ピンショットのサルは不明)ているの楽しい。GB版との連動も楽しみ。



写真はセガサターン版のものです。

「ときめきメモリアル ドラマシリーズvol.3 旅立ちの詩」

SS/PS
コナミ／青春アドベンチャー
1999年4月1日発売／8,800円(SS)、5,800円(PS)

太陽がくれた季節

文＝金子光晴

優れたゲームに出会った時、その作品の良さを読者に伝えるのが、こうした雑誌で紹介記事や批評を書くライターとしての責務である。とくにこのページのような〝作品の魅力を語る〟ページは、その代表的な例と言っていい。

しかし、私にそれがどれだけできているのだろうか。最近、そうした疑念がずっと私の脳裏を離れないでいる。それと言うのも、全てはこの「旅立ちの詩」という作品に出会ったのが原因である。

「旅立ちの詩」の主人公は、幼なじみの藤崎詩織にずっとあこがれていたものの、とくに行動に移すこともなく、無為に3年間の高校生活を過ごしてしまっていた。そして、卒業間近になって詩織に告白しようとするのだが、詩織に「ずっと仲の良い幼なじみでいてね」と言われてしまい、「俺はこの3年間何をしていたんだろう……」と激しく後悔する。

「俺が詩織に誇れるようなものなんて何もない。俺は卒業文集の作文に書くことすら何もないじゃないか――」

この主人公の苦悩する姿を見て、私は思ったのである。私も彼と同じじゃないか。今、私は、この「旅立ちの詩」という作品の魅力を読者にちゃんと伝えることすらできないんじゃないだろうか――。つまり、主人公と私の心理が、見事なまでにシンクロしてしまったのである。

だが、それは誰にでも言えることではないか？「あなたは今まで何か他人に誇れるようなことをしてきたか？」と問われて、自信を持って答えられる人がいるとしたら、よっぽどの自信家かアホか、どちらかだろう。老境に入った人ならばともかく、たいていの人は過去に何らかの後悔の念を持っているのではないか。

水泳の日本記録を持っている清川望のような輝いて見える人でも、卒業という転機を目前にすれば、「私は3年間、水泳ばかりしてきたけど、それでよかったのだろうか」と悩んだりする。人間というのはそういうものなのだろう。私は以前、本作と『新世紀エヴァンゲリオン』との類似性を指摘したことがあったが、碇シンジのように「あなたはどうしてここにいるの?」などと問い詰められたら、誰でも返答に窮する。最終的には自我が崩壊する。アスカもミサトさんもリツコさんもそうやって壊れていった（これはなぜかと言うと、人間が本質的に無根拠な存在だからである。「自然の秩序」に従って生きている動物と違って、人間は文化という偽造された秩序の世界で生きているため、自分の中に〝真実〟を探しても見つからないのである）。そして、「旅立ちの詩」をプレイする人もみな、同じような問いをつきつけられるのだ。





作中で描かれる“卒業”は、5年間続いた「ときめき」からの卒業という意味でもある。「ときめき」本編を思い出させるセリフや演出に制作者の思い入れの強さが感じられる。

その後、「旅立ちの詩」の主人公は苦悩の末、自分なりの答えを見つけ出す。詩織の親友である美樹原愛が、主人公と同じ悩みを持つことを知ったのがきっかけで、「何もないのなら、これから始めればいい」とポジティブに考え、高校生活の最後に〝何か〟を残すために、フルマラソンへの挑戦を決意するのだ（なぜマラソンかって？ 無意味なことに命を懸けるのが青春ってもんでしょう）。

それを支えるのが、藤崎詩織であり、あるいは主人公をいつも影から見守ってきた館林見晴である。詩織は、言葉を交わさなくてもわかり合える深い絆と愛情で、見晴はどんな些細な長所でも見つけてくれる優しさで、マラソンのトレーニングを積む主人公を励ますのである。

「旅立ちの詩」ではそんな彼らの心理が、緻密に計算されたシナリオや演出によって描写される。不器用な生き方しかできない主人公が、迷いながらも成長していく様子は、必ずやプレイする人の心に何かを残すはずだ。ゲームというメディアで人間の心理や実存をここまで描いた作品は他にはない。また、「ときめき」のファンが納得できる作品を作ろうという制作者の情熱や執念が、これほどまでに伝わってくる作品も他にはないだろう。

――私には「旅立ちの詩」の魅力をうまく表現するだけの技量はない。だが、今回は無理を承知であえて書いてみた。

なぜなら、無意味なことに命を懸けるのが青春ってもんだと思うからである。

恋愛シミュレーション「ときめきメモリアル」をアドベンチャーゲーム化した「ドラマシリーズ」の最終章。今回は「ときめき」本編のヒロイン・藤崎詩織と、隠れキャラだった館林見晴のダブルヒロインで、卒業間近のきらめき高校を舞台にした青春の日々を描く。

前作同様、ミニゲームなどをうまく生かしたインタラクティブ性のある演出で、深く感情移入ができる作品になっている（かなり泣けます）。サターン版は限定生産のスペシャルボックス仕様で、現在ではほとんど入手不可能。PS版は入手可能なのでこちらをどうぞ。



「シーマン〜禁断のペット〜」
DC
ビバリウム/同居型育成シミュレーション
1999年8月5日発売/6,800円(マイクデバイス同梱)/7,800円(特製VM、マイクデバイス同梱)

シーマンは本当にいるのか!?

文=大王

キャッチコピーで「シーマンは本当にいるのか!?」と書いてはみたものの、そんなことはどうでもいいのではないかと思いつつある。シーマン通ということでいえば、弊社『ドリームキャストマガジン』の近藤編集長が詳しく、もはや〝通〟を通り越して人間シーマン化しているのだが、そこをあえて僕が惚れた弱みか書くことにしたわけで、しかも発売が1週延びてしまったことにより、当コーナーの主旨である〝発売後ソフトオスメレビュー〟という括りさえも破ってしまうという、自分が設定した決め事を自分で破るということを侵してさえ〝書く〟この心意気。これだけでもこのソフトの魅力はわかってもらえないだろうか。ん〜無理か。

そんなこんなで、じつは、シーマンをあまり触ってはいない。マスターアップ自体が遅く、しかもプロモーション計画があまりにも極端なイメージ重視のためなのだが、それでもなおシーマンの魅力は衰えない。というか、ますます思いは募るばかり。みなさんお気づきだと思うが、シーマンはほとんど同一イメージパターンの写真しか、誌面に出ていない。システムなし、シナリオなし。画面写真の露出を控えたことによりマイクデバイスで話すというフィーチャーへの期待がいやおうにも増し、ユーザーは想像を膨らませてどうしようもないわけだ。そこへ追い打ちをかけるように、各出版社シーマンという生物のルーツを探るような企画で誌面を構成し、ゲームであるということを極力触れないかのような扱い方をした。これをここ半年続けてきたうえ、ゲームショウ、あるいは水族館展示などをやることで、実際に〝シーマンはいる〟とか、少なくとも〝ジャン=ポール・ガゼー博士はいる〟と思わせることに成功した。このプロモーション展開自体にもう尊敬してしまうのですね。ファービーやAIBOといった電子ペットブームも、完全なる追い風。またダンシングベビーみたいなキモカワイイブームも追い風。もう完璧。時代はシーマン。

ところでゲームです。水槽の温度、酸素を調節し、シーマンの卵を投下。孵化を待つ。ずーっと育つのを見ているというよりは、毎日ちょっとずつ観察しつつ、イジってあげるとシーマンはあなた好みに育ちます。エサをあげなかったり、かまってあげないと死んでしまいます。ペットとはそういうもんです。ゲームとはいえ、半端な気持ちで始めてはいけない。言葉のキャッチボールのできるペットというだけで面白いのですが、生き物を飼うということの難しさを子供に教える、という意味でもこのゲームはいいかもしれない、と考えることもできる。

ジョッキーの武豊っているでしょ。彼のすごさを伝えるジョークで、「ふつうのジョッキーは馬と会話ができる。でも武豊は馬と冗談がいい合える」というのがある。ファービーが会話ができるだったら、シーマンは冗談がいい合えるのではないかなと、そのくらい僕は期待している。ひょっとしたら彼は、僕がつぶやいた秘密を、僕がいない間に嫁さんにバラしてしまうのかもしれない。愚痴を聞いて、何かアドバイスしてくれるかもしれない。AIがそこまで進化しているとは考えにくいが、彼ならやりかねない。そう思うことができる。そんな、悪友みたいなヤツが手に入るとしたらどうだろう。僕はほしいね。

前の編集部にいたときの部下が結婚してフランスに行ってるんだけど、先日1年ぶりくらいに日本に戻ってきて、10人くらいで飲んだわけ。彼女もシーマンを気にしてた。しかも「調べてもガゼー博士のことがわからないんです」とかいってるし。近藤編集長がまた滔々とシーマン話をするから、何の飲み会かもわからなくなったりして。まあそれだけシーマンは人を魅了する生き物であるってことだね。シーマンが禁断のペットではなく、普通のペットになっていく日も近いと思ってるのだが、どうだろう。



手が生える直前といったところのシーマンの幼魚。顔にも幼さが残る。

1932年に幻の古代魚シーマンを発見したジャン=ポール・ガゼーの研究記録をもとに進化形態を再現したゲーム。彼らがもつといわれた学習能力、言語認識能力は、マイクデバイスを通じて見事にシミュレートされている。水槽の温度設定、酸素量の設定、古代魚シーマンの生活環境を極力忠実にかなえることにより、さらに成長の度合いは変わるのかもしれない。卵、幼魚、そして成魚と成長する過程で、シーマンには手足がはえ、言葉遣いもインテリジェンスが感じられるようになってくる。はたしてどこまで成長するのだろうか。



「'99甲子園」
PS
魔法／野球シミュレーション
1999年6月17日発売／5,800円

高校時代への切ない思い

文＝トダ・イチマツ

なぜか今年の「甲子園」は、選手の体型がみんなヤンキースの伊良部よりももっとひどいデブになってしまっていて、それでなくてもあまり褒められるもんじゃなかったこのシリーズのグラフィックだが、結果としてさらに感心しないものになった。あれでは日ごろの練習を一生懸命やっているという感じがしない。やっぱり、高校野球はもっとストイックな雰囲気じゃなきゃ。

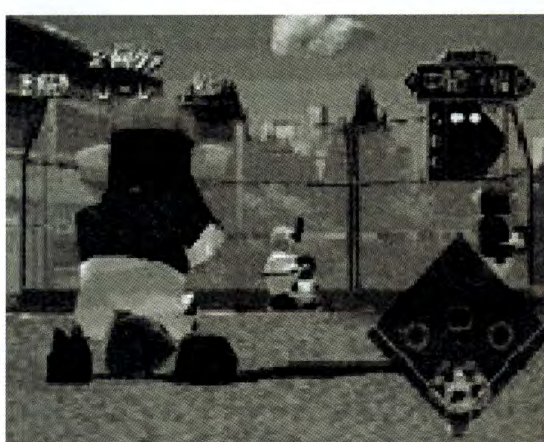
おまけにユニフォームがどのチームも派手っていうか、たとえば全身が黄緑のパターンのものがあったりして、高校野球はもちろん社会人や朝野球のチームだって今どきそんな格好して野球しているやつらいねえよって感じのセンスの悪さで、興醒めしてしまう。最近のプロ野球チームのユニフォームだって、地味めがトレンドなんだから、そりゃないでしょって思わずにはいられないのである。もちろん僕の出身校でもある我がチームは、エディット機能で、自分の持っている高校野球のイメージにあった、具体的に言えば、帽子、アンダーシャツ、ストッキング全て紺という組み合わせに変えた。今年のホークスにならって、帽子のつばだけでも赤にしようかなとも思ったのだが、実際に試してみると、それすら何だか違和感があって、ましてやデォルトの黄色の上下なんて、まったくうっそーという感じなのである。

と、悪口から始まってしまったが、にもかかわらず、僕はこの「'99甲子園」というゲームが好きだ。

「ときめきメモリアル」は恋愛シミュレーションで、実際、本当に好意を持った特定の女の子に対してだけしか持てない、まさにタイトル通りの「ときめき」を感じることのできるとてもよくできたゲームだと思うが、それに加えて、高校生活シミュレーションという側面もある。僕がこのゲームを何度も何度もプレイしてしまうのは、恋愛の高揚観を味わいたいからというよりは、そういうものも含めて、実は高校時代を追体験したいからなのだということに途中で気づいた。それは実際の高校生活をトレースしたものではない。美術に打ち込んでいたなら自分はどういう高校生活を送っていたのだろう……。バンドに夢中になってたらどんな3年間になっていたのだろう……。そこにあるのは「もしも」と「後悔」そして「懐かしさ」が複雑に混じった過去への切ない思いなのである。

「'99甲子園」では、季節の移り変わりこそ感じるものの、勉強もしないし、修学旅行もないし、ましてや女の子に電話してデートに誘ったりすることもない。ただひたすら練習と練習試合をこなす日々があるだけだ。うまくいけば地方予選を勝ち上がって甲子園に出場でき、さらに勝ち進めば全国優勝校メンバーの気分を味わうことができる。それだけだ。が、そうしたストーリーの後ろに、僕はこのゲームに対して、「ときめきメモリアル」で感じることのできるものと同じ、何だか甘酸っぱい少し胸が締めつけられるような感情を持つのだ。

球場の上を流れる雲、試合中の選手のかけ声、そういう細かな部分の演出が、自分がちょうど高校時代に見たり聞いたりした風景や音を思い出させるせいかもしれない。あるいはそれよりももっとさかのぼって、水島新司やちばあきおのマンガに夢中になり、甲子園にあこがれて、オーバースロー、サイドスロー、アンダースローとシャドーピッチングを鏡にむかって繰り返していた小学生の頃の記憶とシンクロしているのかもしれない。そういえばこの「'99甲子園」、ピッチングフォームだけは、たとえば「ダイナマイトベースボール」なんかと比べても、何だかみょうにツボを押えた動きをするのである。ユニフォームに加えて、ピッチングフォームにもなぜか異常なこだわりを見せる僕としては、そういう野球の本質と関係のない部分までをフォローしてくれるこのソフトがとても愛しいのだ。



「'99」のウリは個人視点システム。自分以外はCPUが担当。

数ある日本全国の高校の中から自分のチームをチョイス、練習と練習試合を重ねて甲子園制覇を目指す。プレイヤーはキャプテンとなり、自分自身のプレイはもちろんのこと、練習のメニュー、試合の采配などを指示し、強力なチーム作りをめざす。前作「'98」では入学から3年の夏までの期間が組み込まれていたが、本作「'99」ではプレイヤーが最上級生となる1年間に絞ってのストーリーとなった。ユニフォーム、校歌、エンブレムなどのエディット機能は健在で、思い入れたっぷりの高校球児ライフを満喫することができる。



「久遠の絆」
PS
フォグ／シネマティックノベル／
1998年12月3日発売／5,800円

十年後も思い出として残る、「千年の記憶」

文＝天野譲二（日本映画狂編集者兼電子遊戯鬼畜道師範）

ゲームでいまだ好きになれないのが、「幼なじみ」というキャラクターだ。ゲームに出てこない経験を引き合いにして「昔こんな事があったの、覚えてる?」と電波がかって親しげに話しかけてくる幼なじみキャラに、「てめぇはハルマゲドンを闘うために転生してきたアトランティスの戦士だとでも言いたいのかっ!」と毒づいたこと、多数である。

「久遠の絆」はこういう「幼なじみ」キャラクターへの積もり積もった不満（笑）をあっさりと解消してくれた。だって「輪廻転生」でっせ。こりゃ記憶がある訳ないやん。しかも懇切丁寧に、発端の平安の世から元禄、幕末、そして現代までの1000年間を追体験させてくれる。5000ページ（画面表示）以上の膨大なテキストを通して、愛する者と邂逅しては、眼前で殺され、引き裂かれるドラマを繰り返されると、それが狙いだと知りつつも、その「前世の記憶」という設定と相まって、ブラウン管の中の見知らぬキャラクターに感情移入してしまう（普通のゲームなら1度あるかないかの死別が、3回以上あるんですぜ）。ハーラン・エリスンの「俺には口がない、それでも俺は叫ぶ」を読んだ後、「スローターハウス5」「惑星の男」「聖母観音大菩薩」といった映画を一度に見させられたようなダメージである。

話は変わるが、最近のゲームはとにかくキャラクターが立っている。お笑いでも凛々しさでも泣き落としでも、ありとあらゆる手段を講じたバックストーリーが付加されて、ゲーム全体よりもキャラクターありきの代物が目につく（その帰結は、ヒロインの制服だの等身大フィギュアだのといった腐れグッズだ）。

主人公と同居するベビーフェイスの従妹、妖艶な女担任教師、ミステリアスな美少女の転校生が登場し、しかもそれらが全て主人公に惹かれているという設定だけ知って、プレイするまでは相当な警戒心を抱いていたのだが、始めてみればそれらのキャラクターは、天津神と国津神、陰陽道と安倍晴明、竹取物語、明暦の大火、沖田総司、世紀末といった極めて日本的なモチーフと共に、収束していくストーリー全体の流れに融合している。この一種雑然としながら、壮大かつ悠久の物語を、破綻なくきっちりとまとめている手腕は見事だ。私的にはコンシューマのRPGのお手本と位置づけている「真・女神転生」のように、選択したヒロインによって自分の生き方が決まり、それに応じた終結を迎えられるのもうれしい。1人を幸福にすれば他が不幸になるのは必然だが、選ばれなかったヒロイン2人が「可哀想ね私達」と啜り泣きながら慰め合っているのを主人公が聞く描写は圧巻。鬼やな。シナリオばかりでなく、グラフィックや音楽も秀麗で、惚れ惚れとする仕上がりである。これほど味わい深く、制作者の思い入れが感じられた作品は珍しい（無論、これはこちらの思い込みの面が強いが……）。





グラフィックは「花札グラフィティー 恋々物語」（アイマックス）、フォグのデビュー作「美少女花札紀行 みちのく秘湯恋物語」の岸上大策氏。

ただしさんざん賞賛しておいて何だが、筆者は本作を「万人に勧められるゲーム」としては評価していない。戦闘場面で鍔迫り合いの閃光や飛び散る血液といったエフェクトが表示されるたびにいちいち読み込みがかかってストレスが溜まるし、終盤にゲームオーバーになるしかないフラグが仕込まれている点、気合いが入りすぎて饒舌でスローテンポな文章、それ故にサウンドノベルという単調なゲームなのにプレイに軽く20時間以上はかかる点、頻出する誤字。途中で中弛みして、「まだ終わらねぇのか」と何度も思ったと言えば、想像がつくと思う（この点、やはりチュンソフトのサウンドノベルのバランス感覚には感心する）。

たぶん本作を10人に勧めたら、3人は外観、1人はサウンドノベルという形態で無視し、2人はそのスローな展開に途中で投げ出すだろう。しかし残り4人が最後までプレイし、本作の有する魅力を満喫できれば、それでいいと思う。美麗なムービーしか売りのないミリオンゲームが10年後に過去の遺物となっていても、「久遠の絆」は「良い思い出」として、プレイした人の脳裏に残っているだろう。

選択肢とヒロインの好感度によってストーリーが分岐する「E'sリアクションシステム」を採用したサウンドノベル。高校生である主人公の前に、謎めいた転校生・高原万葉が現れる。前後して様々な怪事に襲われた主人公は、謎を解くために己の前世を追体験する。

次第に明らかになる、主人公と万葉、そして日常生活で彼らを取り巻いていた人間達が遭遇した、前世での因縁と愛憎、繰り返されてきた悲劇。平安・元禄・幕末・現代の1000年の時間を経て再会を果たした彼らは、再び終わりなき闘いに巻き込まれていくのだった。



「バギーヒート」
DC
CRI／オフロードレーシング
1999年7月8日発売／5,800円

「真面目」さの地平の果てに見たエンタテインメント

文＝大橋 新（編集者／文筆業）

今でこそ編集者のような適当な生活で親泣かせな職業に就いてしまった僕であるが、少なくとも高校生くらいまでは品行方正かつ「真面目」な少年で通っていた。真面目なことは大変結構なことなのだが、少年だった頃の僕は、そのことをどこか重荷に感じていて、でも何のアクションも起こせないことに漠然としたいら立ちを持っていたように思う。夢が叶い(?)、会社に寝泊まりする昨今は、当時の面影など一片もないが……。

さて！ ここで述べたいのは別に私の現状報告ではない。それは今回紹介するこの「バギーヒート」をプレイして、久しく忘れていた「真面目」さということについて、思うところがあったからだ。そもそもこのゲーム、画面から受ける印象はかなりキレイではあるが、いかんせん地味である。ぱっと見だけで判断してしまうと、凡百のゲームに紛れてしまう可能性は高い。だが注意深くプレイすれば、底知れぬ魅力があることに気づくはずだ。

最初にプレイした時は唖然としてしまった。とにかく車が思うように動いてくれないのだ。いったん車体が左右のどちらかに振られると、なす術なくスピンしてしまうし、フルスピードでコーナーに突っ込むと容赦なくフェンスに激突する始末。元来僕は車ゲームにさほどのめり込む方ではない。「リッジ」や「セガラリー」等の有名どころはとりあえずやっとくか、という程度だ。通常二、三度やれば多少はうまくいくものだが、どうも今回は勝手が違う。それが悔しかったので珍しく本格的に取り組むハメになってしまった。

数時間に渡る試行錯誤の末、このゲームが単なるゲームというよりむしろ、シミュレータに近いということがわかってきた。現実の車を考えてみればわかるが、150キロで走っていて、そのままカーブに進入する人はいるだろうか？ 当然ブレーキ→カーブの出口でアクセルを踏むということをやっているはずだ。教習所で習った、「スローイン・ファストアウト」というやつである。一事が万事こんな具合で、どうやら本物の挙動というものを、忠実に再現しようとしているらしいのだ。それにしても、そんなことをばか正直に再現して何が面白いんだ、ゲームならゲームらしく、すげードリフトとかかましときゃいいのに、などとぼやきながら取り組むことさらに数時間、出た結論は――これは面白い。それもかなり。



写真左の画面左下が「RDMシステム」。ハンドルやギアのアクション、アクセルの踏み具合まで細かく再現。また運転手もよ～く見ると、ちゃんと動きにシンクロしている。

操作の方は、コツさえつかめば意外とイケる。こちらの操作がきっちり反映されるので、正確な運転を心がければ、むしろ理想のラインを描くことができる。それから「R.D.M.システム」が、また面白い。これは要するに、プレイヤーがゲーム中に行った操作をリプレイ画面の中のドライバーが再現する、というもの。オートマでやっていると見逃しがちだが、こちらがぼーっと操作している間も、ドライバーは（文字どおり）〝懸命に〟ギアチェンジや、アクセル&ブレーキを行っているのである。他にも8人いるドライバーもなかなかキャラがたってるし、特に僕のイチオシの女子高校生ドライバー・キャロラインちゃん（p.30～31参照）なんか、なんとなく広末入ってるし（声は「とき○き」のあの娘によーく似てるし）、「ドライバー育成モード」もよくできている。

僕は思った。この作品を作っているのは、きっと「真面目」な人々に違いない。そして「真面目」に作っていくことでも、これだけ完成度の高いエンタテインメントが実現できるということを。この事実は、とうに「真面目」さを封印してしまった僕の心を、強烈に揺さぶってくるのだ。

気がつけば「バギーヒート」やりたさに、仕事をテキパキと終わらせ、寄り道もせず家路につき、大好きな酒も断ち（やっぱ飲酒運転はよくないからね）、プレイしている自分がいた。この「真面目」なゲームは、1人の不良中年化しつつあった男を、見事に更正させてしまったのである。「真面目」も捨てたものではない。

――もっとも、毎晩夜更かししすぎて、まともな時間に会社に顔を出せなくなってしまったことも付け加えておくが。

技術力には定評のあるCRIが放つ、「エアロダンシング」に続くDC第2弾。エジプト、ロシアなど、オフロードを中心とした全6コースを走るレースゲームである。バギーという馴染みの薄い車をモチーフにしていながら、ゲームはシミュレータっぽいというアンバランスさが、個人的に心にヒット。また本文中ではあまり触れられなかったが、「育成モード」がかなり面白い。簡単にいえば、自分の走りをCPUが覚えていくのだが、これがなかなか覚えが悪くて(僕の腕のせい？)、育て甲斐があるのだ。子育てってこんな感じか？



「TRIBES」
PC
シエラ・オンライン／シューティングアクション
1998年冬発売

なぜか日本人のココロを突きまくる、海外PCゲー。

文＝箭本進一

ネクタイを締め朝から晩まで働き、睡眠時間を削って残業、よせばいいのに飲み屋の中でも会社の話……そう、何やかや言いつつも結局のところ、会社や組織の為に奉仕するのが大好きなのが我々日本人です。これには、我々が農耕民族である事も関係しているのでしょうか？「個人化の時代」と言われはしますが、我々のDNAには「奉仕の心」の4文字が刻まれているに違いありません。

こうした日本人魂を心ゆくまで満足させてくれるゲームが、何と海の向こうからやってきました。その名は「TRIBES」。日本語で「部族」の意味です。「DOOM」「QUAKE」系といえば、どういうゲームかお分かりいただけるでしょうか。これらの「QUAKE」系作品と本作の最大の違いは、ネットワークによる対戦プレイ、それもチームを組んでの戦いがメインとなっている点にあります。

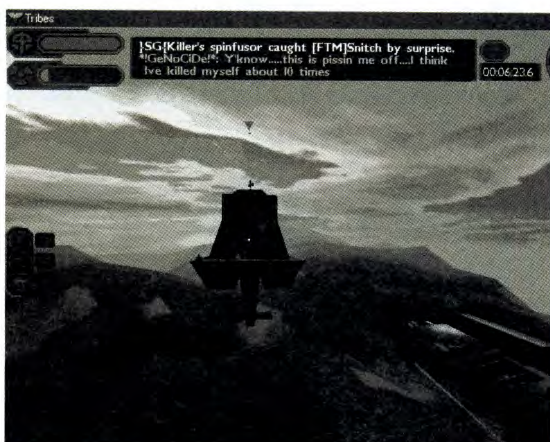
さて、サーバーの中から1つを選んで接続すれば、そこはもう戦場。と言っても、青い空に輝く太陽、あるいは美しい雪景色、走っても走ってもたどり着けない地平線……と、なんとも風光明媚。爆音と悲鳴、そして時々レーザーライフルで狙撃されることを除けば、もう鼻歌のひとつも出てきそうな開放感で一杯です。

本作の主なルールは、つまりは旗の取りあいであります。敵の旗を奪えば点数になりますが、それは敵とて同じこと。自陣の旗を守る事が重要なのです。相撲においては小兵を応援し、プロレスでもパワーファイターよりも守りに優れたテクニシャンを好む、まさに「柔よく剛を制する」を愛する日本人魂を刺激するルールだといえます。

そんなルールですから、ゲーム開始直後はチーム一丸となって守りを固めるべく働く姿が見られます。1つの目的の為、全員が自発的に整然と動く……。我々日本人が最も尊ぶ仕事の姿勢が、色々な国、年齢の人間が集うサーバーの中で見られるのです。言葉の壁があっても（海外ゲームなので、会話は基本的に英語）、何万キロを隔てていても、なぜか連帯感のようなものが感じられるから不思議です。

敵の接近を察知するセンサーや、敵の通行を妨げる壁、侵入者を撃つ砲台を設置していかなければいけませんが、顔を地面に向けひたすらセンサーを置いて行くその姿は正に「種まき」の。それで、点数が入る訳でもないこの作業についつい（必要以上に）熱中してしまうのは、やはり我々が農耕民族だからなのでありましょう。

ところが、こうして何とか固めた防備も、敵によって崩されてゆきます。味方は次々と打ち倒され（死んでもクリック1つで復活する安い命ですが）、壁や砲台が壊され、味方基地内の施設が破壊されます。敵に攻めこまれて負けかけてる訳ですから憂慮すべき状態なのですが、どういうわけかこうした状態にこそ喜びを感じるプレイヤーが多いようです。苦戦する味方を狙撃で援護して名も告げずに立ち去る、ダメージを受けた味方を治療し、施設や砲台の修理に飛び回る……。これこそ、我々日本人が美徳とする「謙譲」と「慈悲」の行いなのです。



確認しづらいが、写真内の矢印1つ1つが個々のプレイヤーである。

いくら援護や修理をしたからといって、点数になる訳ではないのですが（最近では修理で点数が加算されるルールもあるようですが）、この時に感じる喜びこそは「大きなものに奉仕する喜び」であり、愚痴をいいながらもカイシャを愛する理由であり、昇給に直結しないと知りつつ目標に向け邁進する理由でもあります。

そして、たとえ点数で評価されずとも「俺の働きで組織がもっている」という実感こそが最大の勲章……というこのストイックさこそ、「見返りを求めない孤高のヒーローが、物語の最後で去って行く」パターンの数々の漫画や小説に見るまでもなく、我々日本人が最も好むシチュエーションなのであります。こんな、日本人魂直撃のゲームが海の向こうからやってくるという事は、案外、日本が輸出しているのはジャパニメーションだけではない、ということなのかもしれません。

3Dポリゴン、主観画面によって構成される、いわゆる「DOOM」タイプのシューティング・アクション。プレイヤーはチームの一員となって、3Dの戦場を駆け巡って戦う。インターネット環境必須、1人プレイが練習ミッションしかない等の特徴を持つ。何百というサーバーが開設されており、ゲームを楽しめる。「重い」サーバーに当っても別のサーバーへ行けばいい。また、サーバーの中には独自の武器やマップを用意しているものもあり、これらを探すのもサーバー巡りの1つの楽しみとなっている。

©Leaf



「こみっくパーティー」

Windows95/98日本語版専用

リーフ/同人恋愛シミュレーション・アドベンチャー/1999年5月28日発売/8,800円/対象年齢18歳以上

CPU Pentium 100Mhz以上 メモリ 32MB以上 ディスプレイ 640×480以上の解像度で256色表示可能 HDD空き容量 120MB以上

おたくの生き様

文=金子光晴(瑞希/詠美萌え)

現在の日本では、地域社会、学校、会社などの日本的共同体が崩壊しつつある。そして、かつてはあった人々のつながりが失われるのではないかという不安が社会を覆い尽くすようになった。そんな不安に耐えられない人々は、より大きな物語を求め、社会の一体感を回復しようと試みる。その典型は「新保守主義」に代表されるナショナリズムの台頭であるが、例えば宇多田ヒカルのアルバムが800万枚も売れたり、ブランドものに群がったりするのも、「周りの人と同じ事をする」ことで社会とのつながりを作り、「自分が一人ではない」ことを確認する試みであると言えるだろう。

その結果、人々の価値観は一元化する。極端に言えば、みんなが同じものを見て、同じものを聴き、同じことを考えるような社会が来ないとも言えないのである。

社会の画一化に抵抗するためには、誰かが作った価値観に何も考えずに従うのではなく、自分なりの価値観と知性を養う必要がある。自分の感性と情報網だけを武器に、高度情報化消費社会のカオスに飛び込むこと。特定の事柄を深く追求する人間を〝おたく〟と呼ぶのならば、それを可能にするには、言葉の定義上、我々は〝おたく〟になるしかないはずだ。つまり、おたくこそが画一化される社会に抗うゲリラになりうるのである!

……無意味に硬い文章になってしまって恐縮だが、ここからが本題である。

本作は、「こみっくパーティー」という同人誌即売会を舞台にした恋愛アドベンチャーで、登場する女の子が一部の例外を除いてみんなおたくであるという前代未聞のものすごい作品である。そして、これがめちゃめちゃ面白いのだ。

例えば、ヒロインの高瀬瑞希のシナリオが非常に良い。瑞希はカタギの人間で、「おたくは掃除しないで、万年床で、押し入れでキノコ栽培するような人種なんだから」と言うほど、おたくに対して強烈な偏見を持っている。そして、親友である主人公をおたくの世界から引き戻そうとするのであるが、次第に主人公の同人誌に対する情熱を理解してくれるようになり、最後には自分もおたくの世界にドップリと浸かってしまう。





恋愛よりも、むしろ同人誌に関わる人々の日常やおたくな会話が楽しい。でも、しっかり"萌える"ストーリーになっているところが、さすがリーフという感じですにゃ☆

このように、自分の趣味を理解してくれる人々に出会うことで、主人公の持つ「おたく性」はより強く肯定される。そして、そのことによって自分の存在さえも肯定される。それは、ともすれば否定されがちなおたくな趣味の世界(本作で描かれるおたくの世界はアニメからコンビニのケーキまで幅広い)を題材にしなければ描けなかった世界だろう。あなたはおたくであることを誇りに思っていい。自分らしく今を楽しんでいいのだ。それが本作の主題のひとつだと言える。

ところで、本作は恋愛アドベンチャーという形をとってはいるものの、物語の中心となるのは、あくまで同人誌即売会での主人公と女の子たちの交流である。そして、そこは従来の日本的共同体とは異質な〝理想の共同体〟として描かれる。

例えば、同じ趣味を持った人と友達になれたり、普段は抑えていた趣味の話が思いっきりできるのが即売会の楽しいところなのだが、それは「こみパ」が〝タテ社会〟ではなく、同じ趣味を持つ者が個人と個人のヨコのつながりによって築き上げた〝ネットワーク社会〟だからである。「こみパ」では同質化を強要する外の社会とは違って、自分の好きなことを表現できる。だから、本作の登場人物にとって、なくてはならない大切な場になっているのである。

おたくに対する偏見というのは、依然として存在する。だが、自分の好きなものを好きと素直に言えない社会というのは絶対におかしい。「こみっくパーティー」の世界は、そんな社会に対抗する〝自分が自分らしく今を楽しめる世界〟なのだ、と私は思うのである。

……また難しい話になってしまったが、とにかく「こみパ」が単なるラブコメとしてもちょお一流の作品なのは間違いない。私が保証する。だから、絶対にプレイすること。これ、めーれーだから。

同人誌を作りながら、即売会に関わる女の子との交流を深めていく"同人恋愛シミュレーション・アドベンチャー"(システム的には恋愛育成シミュレーション)。登場する女の子が同人作家やコスプレイヤーなど、濃いキャラクターばかりで、それによってコメディとしての面白さが引き出されている。シナリオの技術も高いが、基本的にキャラ作りのうまさが際立った作品である。また、即売会の面白さについて大いなる情熱を持って語られており、プレイすると即売会に行きたくなるのも魅力だ。あ、一応18禁なのでご注意を。



「俺の屍を越えてゆけ」
PS
SCE／RPG
1999年6月17日発売／5,800円

親不孝、されてますか……？

文＝多根清史（BIG★BURN）

親不孝には自信のある自分だが、ただ一つ、していない不孝がある。それは「親に先立つ」ことだ。いい心がけも、きらびやかな出世も、親より先に死んでしまった日には、一転して〝悲しみを引き立たせるスパイス〟になってしまう。とにかく永く生きる、これに優る孝行はない（と、思う）。

参った。まさか、その暗たんたる「親の気持ち」を、ゲームの中で味わわされるとは……。本作『俺の屍を越えてゆけ』は、先祖を鬼の「朱点童子」に殺され、2年しか生きられない「短命の呪い」をかけられた一族が、世代を重ねて、復讐の目的へと突き進む物語だ。

彼らの生涯は、あっという間に終わる。生後、わずか3カ月で戦場に放り出されてから、戦いの連続だ。2年の寿命さえ全うできず、傷がもとで、命を落とす子孫もいる。復活は、ない。1人1人の臨終を見届けるのは、全てその「親」である、自分の役目なのだ。

「私が死んだら、親に当る神様は、泣いてくれるのかねえ。それとも、笑って迎えてくれるのかね」……。

たまらない、辞世の言葉だ。この一族は真っ当な、まあ「生殖」ができない代わりに、神様と「交わる」ことで、子供を作る恩恵が認められている。ちょうど、ダビスタの「交配」に当るやり方だが、生まれるのは人間なだけに、感情移入の量が、比較にならないほど大きい。能力の高さは大事だが、もう、それだけではなくなってくる。「出来が悪い子ほど、可愛い」と言うじゃないか。

故人を悼むには「記憶」が必要だが、そちらへの配慮も行き届いている。「朱点童子討伐隊選考試合」への出場や優勝、何年の何月にどこの魔物を倒したなど、「一族史」の巻物にはこと細かに記録され、いつでも過去が振り返れるのだ。実生活では「成長のアルバム」を作る身にはなっていないが、実際、こんな想いがするものなのだろうか……。

このように、「おれしか」の子孫1人の命は、とてつもなくはかない。しかし「家系図」は限りなく伸び、広がり、遺志継ぐ者たちの力は、着実に強くなって行く。彼らは、人生の短さと引き換えに、「血」のしぶとさ、そして強靭なたくましさを手に入れたのだ。





「交神」の結果は、家系図に書き込まれる。巻物をたぐる感覚で、はるか先祖までさかのぼれるのだ。こうして、家族の中でも選りすぐりが戦場に向かうこととなる。

今から10年以上前に、『ダラス』や『ダイナスティ』といった、アメリカの大家族ドラマに、ハマった時期がある。あの人たちは、「おれしか」ほどの結束力もなく、絶えず身内で争い、てんでゴーイング・マイ・ウェイの生き方をしていた。時には、互いに殺し合いさえも辞さなかったほどだ。が、見方を変えて、それさえも「血」や遺伝子が自らを残すため、多様な道を選ばせて、生き残りの可能性を高めていたのでは……などと考えると、どこか慄然とするものがある。信長は、他国を滅ぼすと一族皆殺しにしたというが、千年を越えて生きる「血」の恐ろしさを、よく理解していたのだろう。朱点童子など、まだまだツメが甘い。

ところで、主題歌の「花」は、なるほどデザイナーの枡田省治氏の考えを、モロにバラしている。花は、生き急ぐように咲き誇るが、同時に次の世代に、生命をつなげる役割も背負う。はかなさには強さが、短命には永遠が宿っているのだ。ひょっとすると勘違いかもしれないが、ともかく、自分にはそう感じられた。

この作品をほめる言葉を色々と探したが、やはり「最高のPCエンジンソフト」という他ない。グラフィックは、今どきの作品と思えない地味さで、PSの計算能力がどうしても必要な場面も、これといって見当たらない。メモリカードを5ブロックも消費するのが、唯一の理由か。こればっかりは、「天の声」ではムリだ。

しかしゲームとは本来、こういう「骨と皮」みたいな物ではなかったのか。「天外魔境II」や「リンダキューブ」など、枡田氏が手がけたPCエンジン作品は、「現実の真似」よりも「もう1つの現実」を志向していた。その「血」が、今のビジュアル時代にひょっこり顔を出したようで、枡田作品自体が「おれしか」だなぁ……と思えてならないのである。

世代交代RPG、とでも言えば良いのか。「強さが子孫に引き継がれる」ゲームとしては、他に「ソーサリアン」（日本ファルコム）があるが、「不老長寿」の裏ワザのために、緊張感が薄かった。「桃太郎伝説」から始まった、枡田作品の色は、「ウィンドウの枠」に現れている。ストイックな画面デザインも、CDデータの読み込みを軽くするためなのか、それとも凝ったグラフィックが作れないだけなのか（失礼）、謎である。そう言えば、一貫して九州のソフトハウス「アルファシステム」と組んでいるのも、面白い。



「EVER QUEST」

Windows95/98

989 STUDIOS／RPG／1999年3月16日発売(米)／参考価格8,800円

CPU Pentium 166MHz以上 Direct3D互換またはGlide対応の3Dアクセラレータカード

28.8kbps以上のインターネット環境 Sound Blaster互換のサウンドカード

こだわりへの手応えがここにある

文＝櫻薗冬弥

「EverQuest」、別名EQのことは既に発売になってからしばらく経つのでご存じの方も多いとは思う。とりあえず型どおりにEQを簡単に説明すれば、ネットワーク上に用意された世界で、皆で冒険を楽しむRPG。そう、「Ultima Online」みたいなものだ。ただし、こちらは3Dバリバリ(死語)の酔いまくり系。

ゲームシステムの雰囲気も、UOでは“生活”という要素が濃厚だったけど、EQは基本的に戦闘がメイン。単純といえば単純。なんかそりゃまるで「Diablo」じゃん、なんて声が聞こえてきそうだが、それだけじゃこのEQは語り尽くせないのだ。っていうか、まだレベル低いんで、語る資格もないのだけどね……。

最初の頃はゲームバランスがとんでもなくキツイってことしか頭になかった。例えば開始直後では1回の戦闘で手に入る金額は、生きていくために必要な食料代にもならないという状況。正直なところ、とんでもなく長い道のりのゲームを始めちゃったなぁ、というのが当初の感想だった。

けれども、たちまち面白くてたまんなくなっちゃったのよ。それはレベルアップ。ゲームバランスがキツイぶん、1レベルの重みが半端じゃなくありがたいのだ。ステップを踏むごとに、確実に自分が強くなっていることを実感でき、行動範囲も広がって世界も広がる。久々にレベルアップのカタルシスってものを味わわせていただきましたですよ、はい。

で、このEQなんだけど、ネットゲームなんで当然世界の皆とプレイするわけ。6人までのパーティを組むことができるの。ソロプレイを貫き通すのも、まぁそれはそれでひとつのスタイルなんだけど、究極的にはパーティプレイがEQのキモだと思うのだな。

今までソロじゃ全く手に負えなかった敵が、誰かとペアを組んだだけで楽々倒せる、なんてのは普通。そのおかげで1ランク上の敵も狙えるから、経験値やお金の稼ぎも当然良くなる。しかも選んだ種族や職業によって、キャラクタの特性は大きく異なってくるから、パーティ個々のメンバーがいかに効率の良い働きをするか、という部分で戦略性も要求されてくる。そして最終的にはキャラクタの能力ではなく、プレイヤーのスキルが戦闘の明暗をわけてくるようになるのだ。

「ウィザードリィ」でも定番のパーティ構成というものがあったけど、EQでは思惑どおりのパーティ構成なんてなかなか揃わない。戦闘でも、1人のちょっとした判断ミスから、パーティ全体が危機に陥るといった、マージナルな緊張感もあり、決して機械的な数値のゲームではないのだ。こういった意味では非常に人間臭いライブな感覚を持ち、手持ちの戦力を把握して最適な戦略を臨機応変に展開するという、知的なゲームだと思うのだな。

ここまで書くとホントに戦闘だけのゲームと思われてしまうかもしれないけど、実はワタシは別の部分も楽しんでる。それはコミュニケーション。またの名をロールプレイ。

よせばいいのに米国のプレイヤーギルドになんか入ってしまったんだけど、メンバーの皆がもう演技しまくり。言葉の壁もあって苦労はしているけど、ふと気がつくといつしか会話に引き込まれ、EQの世界に溶け込んじゃってる自分がいたりするわけだ。

ロールプレイしてない時でも、お互いの国の言葉を教えあったり、プライベートな話をしてみたりと、そこに人がいる限り、まず飽きることはない。情報交換やほかのプレイヤーとのアイテム売買も重要だし、助け、助けられとしているうちに、自然と人の輪が広がっていく。そしてまた世界も広がるのだ。

最後に、ワタシが、ゲームの管理者であるゲームマスターと会話したときの、彼の言葉を引用しておこう。

「この世界は生きている。そしてこの世界を歩むのは汝のその足である」



やはりプレイするならパーティで。これがEQの基本だと思う。

EQは今年3月にUOキラーとして登場し、現在はネットワークRPGの人気をUOと二分している。米国のSCEAが販売しているだけに、プレステ2でのリリースも囁かれているが、現在のところSCEAは否定も肯定もしていない。1つのサーバで1500人程度のキャパシティを持ち、それが7月10日現在で19台用意されている。そして間もなく種族間戦争を導入した新サーバも登場予定だ。プレイヤーの意見に耳を傾けつつ、絶妙なバランス調整が現在も進むEQは、ゲームそのものが日々ダイナミックかつ確実に進歩している。



「ストラトスフィアー」

Windows98/95
アイジーエス／アクション3Dシミュレーション／1999年6月30日発売／5,800円
CPU Pentium 133Mhz メモリ 32MB グラフィック 2MB VRAM ※DirectX 5が完全に動作する環境

流れ着いたは風の谷　其処は男の番外地

文＝飯田新九郎（無所属トップ屋）

『タイタニック』は、すごいCG技術を駆使して描いた、持続時間約3時間の大チンコ映画だ！ という見解を、相手を選んで力説している。映画の冒頭、会食の席で調子こいて話しているタイタニック号設計者に、ケイト・ウィンスレット演じるお嬢さんが「フロイトという心理学者をご存じ？」と切り出し、彼によれば船とかの〝でっかいもの自慢〟は自身のイチモツにたいするコンプレックスのあらわれなんですって、などとインテリぶった発言をして、場の空気をまずくする。このシーンと、「浸水（そりゃもう〝大洪水〟ですがな）→船首持ち上がり→中折れ→チン没」とダイナミックに展開していくタイタニック号の運命が頭の中でピキーンとつながり、精根尽き果てたデカプリオはお役後免、残ったケイトは子孫を繁栄してメデタシメデタシという結末に、実に納得がいったものだ。

家で一緒に観た彼女には、ついにそのことは切り出せなかった。でも、それからしばらくして、買ったばかりの「ストラトスフィアー」がいかに面白そうなゲームかを説明した時に「そんなの興味ない」と冷静に返されたので、映画を観た直後にチンコがどうだとか言わなくて、本当に良かったと思う。

巨大浮遊要塞の各ユニットを構築するために必要な資源は〝浮遊石〟、戦闘中に甚大な効果を与える特殊ユニットの総称は〝テクノマジック〟、さらに、要塞が完全人工物ではなく、土台部分に隆起した岩盤、言わば〝天然素材〟を使用……とくれば、壮大なファンタジーRPGの典型的な要素をふんだんに盛り込んでいることが一目瞭然の「ストラトスフィアー」。しかして内容は、要塞表面の施設（ユニット）のコンストラクションと、アクションゲーム感覚で〝俺の要塞〟を操作してのミッション遂行を繰り返すというもの。並みのスケールのゲームであればそれ1個で愛と感動の冒険の舞台になり得るもの同士でドンパチしあうというから、発想が大胆というか、何とも〝大陸的〟だ。

巨大浮遊要塞をコンストラクションする、なんて経験はなかったので（そもそもコレをやりたくて買ったようなものだ）、どうなるかと思ったが、これがなかなか楽しい。コマンドタワーという、要塞としての最小限の機能を保障する〝大事な部分〟を中心に、攻撃用、防御用、推進用といった各種ユニットを一定表面積内（コマンドタワーの性能によって5段階あり）に配置していくのだが、それらを正常に機能させるには、エネルギー生成用ユニットと、エネルギーの循環経路を確保する必要がある。循環経路の状態はカラフルに視覚化されるので（緑ライン→正常、黄・赤ライン→エネルギー量不足、ラインなし→不通）、コンストラクション後の達成感もひとしお。「ヨシヨシみなぎっておるわい」というヤツだ。いざプレイ開始となると、さっきまで精根こめて丹念に作り上げた巨大浮遊要塞をラフに操る俺がいる。やたらとスケールがでかいグラフィックのせいで、気まで大きくなるようだ。地形の岩肌に擦ったり敵要塞に攻撃されてちょっとばかしユニットが破損しても、浮遊石さえあれば勝手に元通りになる驚異の回復力も、大船に乗った気分を助長する（※ユニットの修復操作を手動に設定することも可能）。そして極めつけは、コマンドタワーが破壊された要塞は一巻の終わり、という〝タワー（＝イチモツ）第一主義〟の明快さ。……なるほど、言葉の壁や良心的とは言いがたいゲーム難易度に幾度となくつまずきながらも、このゲームに対する関心が薄れなかった秘密は、このへんにあるのかもしれない。

〝立派なチンコ〟のイメージを追い求めるのは男の性（さが）。それを何に投影するかは人によってまちまちだ。少なくとも女の子が「ストラトスフィアー」をプレイしても何も得るものはないでしょう。



中央のゴテゴテしたのが“俺の要塞”。どうです、格好いいでしょう。

12の谷からなる王国の側近のひとりとなって巨大浮遊要塞を構築・操作するアクション3Dシミュレーション。先のステージに進むことで、より高性能かつ大規模な要塞を建造できるようになるCareer Missionモード（全24ステージ）のほか、自作のオリジナル要塞で対コンピュータ戦を楽しめるSingle Missionモード、ネットワーク接続によるMultiplayer Missionモードなどがある。オリジナル要塞は、Career Missionで使用中のもの以外にも、Fortress Builderモードで自由に構築したものを登録できる。

写真はDC版のものです。



「ポップンミュージック」

アーケード／PS／DC

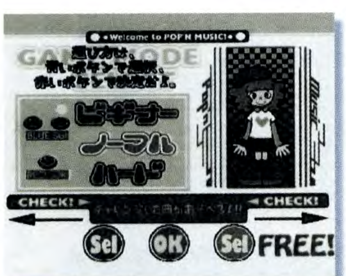
コナミ／ミュージックシミュレーション／'99年2月25日発売(PS版、DC版)／4,800円

フール・ポッパーズ

文＝佐々木イサヲイチ(風防隊)

専用コントローラまで購入してPS版「ポップンミュージック」に没頭する友人に対し、呆れと賞賛、羨望もないまぜになった口調で「このポップン野郎!」と（マンモス西を罵倒するジョー風に）叫んでから数カ月。気がつけばその図式は逆転し、私のほうが友人から「くぉのポップン野郎めが!」と（やはりジョー風に）哄笑まじりに罵られるほどポップン漬けになっていた。かの友人が持ち込んできたPS版で初めて「ポップン」に触れた時は、多人数プレイで、しかもボタン2つだけ担当というぬるいプレイだった。それでも〝ポップな音楽にノってボタンを押す〟という、このゲームの魅力は十分に感じられた。まず、サウンドが他の音楽ゲームよりも大衆的で親しみやすい。そのせいもあるだろうが、クリアに失敗しても不快感がなく、素直に曲の最後まで楽しめるのだ。「パラッパ」とか「ビートマニア」にはイマイチついていけなかった私としては、この一点にえらく感動させられた。その後、友人とボタンを分担する2人協力プレイでPS版の曲をすべてクリアした。本来1人でプレイするのが正しいあり方なのは承知していたが、この時はそれで十分満足していたものだ。友人とも「とても1人で9個は押せないよね～」と、ふやけた会話をしていたくらいだ。ところが、ある日ゲームセンターでイージー設定の「ポップン」を見掛ける。しかも「試しに1人でやってみるか」と助兵衛根性を出し、そこそこクリアできてしまったからさあ大変。初めて味わう達成感、楽器で演奏した時のような快楽。そうした1人プレイの魅惑にすっかり取り憑かれてしまった。折りしもアーケード版「ポップン2」が出まわり始めたので、これ以降のプレイは2がメインとなった。後日、ギリギリながらも私が「マサラ」を1人でクリアして見せたら、友人も触発されたのか、敵愾心むきだしで「俺もやる!」と1人プレイにシフトしはじめた。それ以来、互いが良きライバル関係となって腕をメキメキ上げていった。友人が私より先に「ネオアコをクリアした!」と電話口で熱く話せば、悔しいくせにその思いをひた隠しに隠して、こっそり特訓する始末。いちばん使った時期は、3日で1万2千円は費やしただろうか。さらに後日、その特訓をおくびにも出さず、ネオアコ、デジロック、ガーリィと、難易度が高めの曲を連続クリアしてみせた私に、友人は涙目で大笑いしながら「もう立派なポップンボンクラじゃん」と肩を叩いてくれた。ありがとう、それは最大級の賞賛だよ。それにしても、2ボタンでヒーヒー言ってた自分が、まさかこの域に来られるとは思ってもみなかった。今だったら「為せば成る。為さねばならぬ、何事も」というガンツ先生（昔の）の訓示もしみじみ理解できるような気がする。我ながらここまでお金をつぎ込んだゲームは久々であるが、それほど夢中にさせる理由はいったい何なのか？ 先にも述べた演奏の楽しさというのもあるだろうが、やはり〝ボタンを掌で叩くことで得られる快感〟によるところが大きいと思う。それもボンゴのような打楽器をリズミカルに叩くような感触だ。インパクトの瞬間、掌に与えられた振動が腕を伝わり、体内の神経に伝わり、そして脳の快楽中枢に響く。原始的だがこのナチュラルな快感に集約されると言っていいだろう。また、極度の集中力と慣れが備わると、意識せずとも画面のポップくんの視認と同時に手がボタンを押すという、反射的（右脳的）な域に達することも可能だ。自分の体がポップくん読み取り機として一体化する独特な快感からは、まだ当分抜け出せないかもしれない（抜け出す気もないが）。ちなみに最近はDC版でさらなる高みに挑戦中だが、コンシューマ用のコントローラは小さくて

〝叩く快感〟が得られないので、アーケード版っぽいボタンを自作して遊んでいる。先日この事を友人に伝えたら、案の定「アンタ、ほんまもんのポップンバカやで～!」と笑われた（なぜインチキ関西弁?）。なんかもう、この罵倒も別の意味で快感になってきた。





音楽に合わせたポップなキャラクターも魅力の1つ。コンシューマ版で追加されたテクノ'80のキャラクターが、電子ライターを持っていることに気づいた人はいい年です。

'98年に発表された「ポップンミュージック」は、コナミの一連の音楽ゲームの1つ。上からスクロールしてくるポップくん（楽譜のおたまじゃくしのようなもの）が画面下のラインに重なった時に、タイミングよくボタンを押す（ボタンは全部で9個）。PS版、DC版はアーケード版の曲だけでなく、オリジナルの曲がいくつか追加されている。現在は、これらの曲もすべて収録し、新曲も大幅に増えた続編「ポップンミュージック2」がアーケードで稼働中。こちらも9月14日にコンシューマ版が発売される予定。



「憧れ(あこがれ)」

Windows98/95(日本語)
フォスター／アドベンチャー／1999年5月28日発売／8,800円／対象年齢18歳以上
CPU Pentium100Mhz メモリ32MB グラフィックス640×480×65,000色 サウンド CD-DA/MIDI

あの頃、僕には、たどりつけない世界があった

文＝飯田新九郎(無所属トップ屋)

気の利いた同年代女子とガラスの十代を謳歌する機会に恵まれなかった学生服野郎が漠然と想像する大人は、普段の物の考え方からしてすでにコドモとは違い、高度かつ合理的。仕事はもちろん、趣味や恋愛、セックスに関しても複雑な諸事情を実にスマートに処理していく……という、時代がら、ちょっとバブル期入ったイメージを膨らませていた。

「成人式まであと数年の身、少しばかり背伸びをすれば覗けるかも?」というオトナ世界にたいする関心は、今にして思えば単なる現状にたいする不満のあらわれでしかない。しかし当時は、それなりに誠実に、オトナ世界の仲間入りを望んでいた。その格好の窓口というか、もっともわかり易い〝憧れ〟の対象となったのが、若い——具体的にはひと回り未満の年齢差の女性教師(教育実習生含む)だった。とはいえ、これといった思い出があるわけではない。彼女たちの気を引こうと、少々つっかかる態度や物言いをした程度で、禁断の愛とかそういう風なのに発展する気配は微塵もなかった。

結局、成人式は地元から遠く離れた下宿先で寝て過ごし、かつて夢想したオトナ世界が蜃気楼だったことをのちの生活で思い知り、現在に至る。18禁アドベンチャーゲーム「憧れ」の初プレイでバッドエンド(どの女性とも心を通わせることなくゲーム期間終了)を迎えたとき、すっかり風化していた学生時代の感覚が少しずつ甦ってくる気がした。

18禁ゲームの登場キャラクターに一目惚れした経験は、約4年間続いている某美少女ゲーム雑誌の新作紹介記事担当生活の中でも、今回が初めてである。美術の非常勤講師、中野静(なかの しずか)。26歳。絵のタッチも少なからず影響しているだろうが、ウェーブがかったロン毛、眠たそうな眼、半袖黒シャツにスリムGパン着用……という、現実世界レベルで〝普通っぽい〟外見は、キラキラ瞳に原色ヘアのぷにぷに美少女がまかり通るどころか当たり前の18禁ゲームの中にあって、ことさら魅力的に映った。この感覚は、たとえるならば、ドギツい素人ナンパ系エロ本に、毛先がパーマでバラけた、少し茶色のミディアムヘアのタヌキ顔女性が載っていたときのような〝うれしい意外性〟に近い……ていうか、ただ単に自分の性癖を披露しているだけのような気がしてきたな。

ともかく、実際にプレイし、性格なり身の上なりを知るにつれ、ますます彼女に惹かれていった。とくに、主人公の男子生徒にたいするあまりのつれなさ(無関心さ)は、感動的でさえあった。一度セックスしても情に流されることなく、自分自身の心の中の問題が決着するやいなや、直接何も告げず学校を去る奔放さは、18禁恋愛ゲームの攻略対象キャラとしてはあるまじき人物像だが、ひとりの女性として、素直にカッコイイと思った。別にウーマン・リブを声高に主張するつもりはない。少なくとも、プレイヤーというか、ナイーヴな男性にとって都合のいい面しか描写されていない女性キャラクターよりは、〝本物〟という気がしただけだ。

何か起こりそうで何も起こらないのも青春時代の一面だが、オトナ世界に仲間入りできたと思った途端、そこから拒絶された感じを味わうのもまた青春時代。真っ白なキャンバスを置土産にとり残された主人公の心情を察すると、これまた酸っぱい気分になってくる。「オトナ世界など本当は存在しなくて、ただ個人の人生が続いていくだけなんだ」ということに気づいた時に初めて、精神的に大人になれるのかもしれないな、な〜んて思ってしまう年相応(?)の分別臭さが、われながら鬱陶しくもあり……。ストーリー設定やゲームシステムは地味、Hシーン描写の淡泊さは否めないけど、プレイ後にわりといろいろ考えさせてくれる、影の色の濃い18禁ゲームでした。



タイトルデモのキャラ紹介シーンから。美術の先生だけ後ろ向き。イカす。

同級生が大学受験色に染まっていく学校生活に馴染めない男子生徒が体験する、初夏の恋愛ストーリー。恋愛対象となる女性5人はすべて教師。現国は正統派さわやかお姉さん、数学は大学卒業したてのギャル、物理は白衣を羽織ったキャリアウーマン風、美術は芸術家肌のアンニュイねえちゃん、体育は主人公の隣の家にすんでいる幼なじみ……と、バリエーションはひと通り揃っている。ゲームは基本的にはデジタルノベル風に進行し、時おりあらわれるコマンド選択によって、展開が変化する。結末は5通り＋バッドエンド。



『Culdcept』という、宇宙

カルドセプト

ボードゲームとカードゲームの、幸運な出会い

今、ひそやかなブームを呼ぶゲームがある。
SS版に続き、今回PS版も発売され、
いずれもヒット作となった『カルドセプト』。
カード・バトル？ ファンタジー？ それとも双六？
一見して感じられるそのシンプルさとは裏腹に、
奥の深い戦略性で数多くのゲーマーを唸らせ、
クリアした後も、対戦モードの面白さでユーザーを放さない。
この、『カルドセプト』のもつ魅力とは何なのか？

『Culdcept』

文・構成=朱鷺田祐介（ライター）

カードが織りなす、深遠なる魅力

ボードゲーム？　カードゲーム？　それともファンタジーRPG？
『カルドセプト』の魅力に踏み込む前に、ゲームとしての基本構造を分析しよう。

「カルドセプト」……それは、創造の神が〈世界の摂理〉を書いた、神の書。ある日、宇宙を統べる原理「カルドセプト」は破壊され、その断片は小さなカードとなってパブラシュカ大陸に降り注いだ。

「カルドセプト」のもつ力により、地には魔物が現れ、大気には魔力の力が満ちた。そして……「カルドセプト」は人間たちにも不思議な力を与え、人々の中から、このカードの力を引き出すことのできる者たちが生まれた。

のちに「セプター」と呼ばれる彼らは、気づいてしまった。「カルドセプト」こそは宇宙を司るものであり、破壊された「カルドセプト」を復元することができれば、その時、神の力を得られるのだ、ということに……。

■

この5月1日、PS版の発売された『カルドセプト』（発売／メディアファクトリー）は、重厚な物語とともに始まる。しかし、この『カルドセプト』というゲーム、壮大なロマンを語るファンタジーRPG、ではない。

左ページを見ていただきたい。どちらかと言えば、単純なマップの上を三頭身のかわいらしいキャラが周回する、双六のように見えるかもしれない。そして、画面の下にはカードらしきものの存在も確認できるだろう。

では、この『カルドセプト』は近年流行の、カード・バトル方式のキャラクター双六なのか？　と思うのは早計である。このゲームは、カードゲームとボードゲーム、そして数々のオリジナル要素を融合させることによって生まれた、実に奥の深いゲームなのだ。

全国に熱狂的なファンを持ち、gM周辺の一部でも対戦プレイがブームとなっている『カルドセプト』。9月には、全国大会が開催されるほどの人気である。

このゲームは一体、何者なのか？

『カルドセプト』は、ボードゲームとトレーディング・カードゲーム（※1）をうまくミックスした、新しいタイプのゲームである。

各プレイヤー（セプター）は、ダイスを振ってマップ上を移動しながら、1周ごとに得られる周回ボーナスと、自分の領地をもとに得られる通行料により、魔力を集めていく。目標額以上の魔力を持って、最初に城に戻るのが勝利条件である。領地を得るためには、配下のクリーチャーを召喚して、コース上に配置する。通行料は、最初は微々たるものだが、魔力を投資し、領地のレベルを上げることにより、莫大な通行料を得ることが可能となる。

敵の領地に踏み込んだ場合、セプターはそのまま通行料を支払ってもよいが、自らもクリーチャーを召喚して敵のクリーチャーと戦闘し、その領地を奪い取ろうとすることもできる。また、クリーチャー同士の戦闘の他にスペル（呪文）を用いて、敵クリーチャーを攻撃したり、敵のセプターを妨害したり、自らが有利になるような効果を生み出したりもできるのだ。

このようにファンタジー的要素は強いが、『カルドセプト』の基本構造は、『モノポリー』に代表される、土地ビジネス型ボードゲーム（※2）である。もともと戦略性の高いジャンルであり、これだけでも十分に面白いのだが、そこにトレーディング・カードゲームとしての要素を新たに加えることにより、『カルドセプト』はさらに深みを増すことに成功しているのである。

トレーディング・カードゲームは、対戦型のカードゲームに、野球カードやカードダスなどのコレクション・カードが持つ「集める」楽しみを加えたものである。カードの種類を増やし、個性づけをうまく展開したことにより、かつてのカードゲームに見られた〈固定されたバランス〉を排し、「集めたカードでデッキを組んで戦う、知的な競技」に仕立て上げたものである。

『カルドセプト』においては、各プレイヤーは50枚のカードからなるブック（※3 山札）を持ち、このブックから引いたカードを使ってゲームを進める。カードの種類は〈クリーチャー〉〈スペル〉〈アイテム〉の3種、合計300種類以上。最初は最低限のカードしか持っていないものの、ゲームごとにその順位に応じた枚数、報酬のカードを得ることができる。こうして得られたカードを加えることにより、ブックを強化できる仕組みである。

カードの種類が多いことから、その組み合わせによってブックの強さも変わるし、戦い方も変化する。

単純に強いクリーチャーやスペルを入れればよいという訳でもなく、バランスを取りながら、自分独自のブックを作り上げていくのは、ある種の知的なパズルにも似ている。ブックの構成に失敗すれば、それまで勝っていた相手に完敗することもあるし、反対に、今まで考えもよらなかった新しい戦術で友人に完勝できるブックを作り上げた時の喜びも、また大きいのである。

対戦プレイにより、プレイヤー同士の駆け引きが加わると、ゲームはさらにスリリングになる。ぜひ試してほしい。そして、これだけは保証する。

〈時間を忘れるほどに、面白い!!〉

注釈

※1　トレーディング・カードゲーム

カードの種類を増やした上で、システム全体を開放系にし、個人ごとにデッキ（カードの束）を自由に構築できる形にした新世代の対戦型カードゲーム。野球カードのように、パック形式で追加カードを提供し、「カードを集めれば集めるほど強くなる」という部分がある。

元祖である「マジック：ザ・ギャザリング」（ウィザーズ・オブ・ザ・コースト社／日本語版はホビージャパン）は世界各国に翻訳され、最初の3年間で10億枚以上のカードを売った。国産では、「ポケットモンスター・カードゲーム」（メディアファクトリー）と「モンスター・コレクションTCG」（富士見書房）が有名。

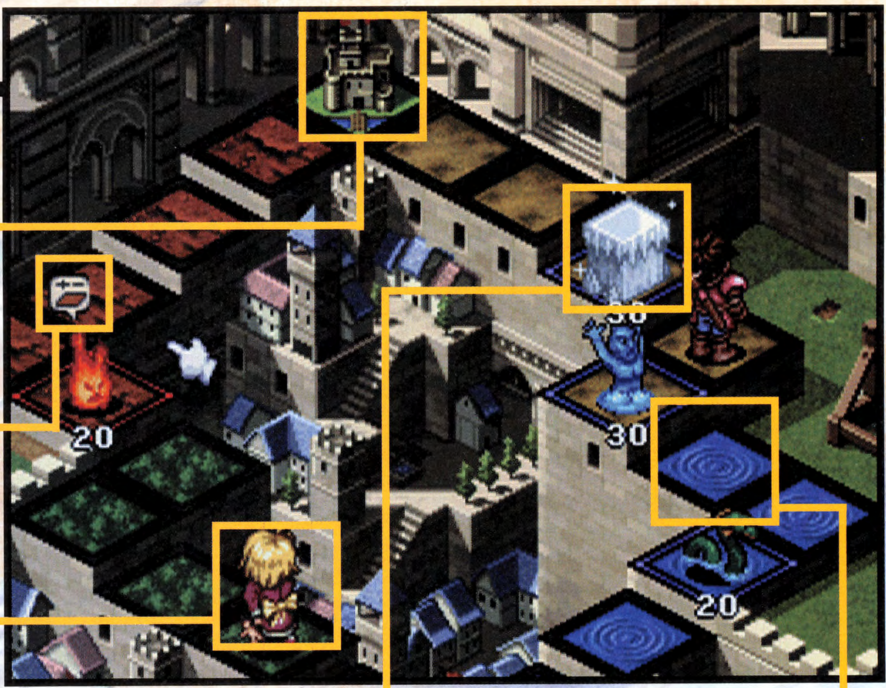
※2　土地ビジネス型

土地に投資して通行料を取ることでポイントを稼いでいくボードゲーム。すでに半世紀以上遊ばれている「モノポリー」を元祖とし、内外に傑作が多い。一見、サイコロ任せのように見えるが、交渉や投資技術の要素も多く、実力者同士の戦いでは「運3：技術7」と言われる。

※3　ブック

『カルドセプト』において、その戦略性がもっとも強く現れるのが、この"ブック編集"という部分である。大まかに言えば、〈クリーチャー〉や〈アイテム〉カードを多めに入れれば、多数のモンスターによる"物量作戦型"になるし、〈スペル〉カードを多く入れれば"魔法（特殊）攻撃主体"の戦闘スタイルになる、という具合。

SYSTEM



城

ゲーム中に登場する特殊地形の1つ。スタート地点であり、周回ボーナスをもらうためのチェック・ポイントとなる。この他に、周回上のチェック・ポイントである砦が1～4個あり、それらをすべて通過した上で城に戻らなければ、ボーナスはもらえない。

ステータス異常

セプターは、スペルによって様々なステータス変化を起こす。多くは期間限定の呪いであり、不利に働くことも多いが、1度に1つしか発生せず、中には良い効果を生むステータス異常もある。また、重ねがけすることで前の異常を打ち消すことができる。

プレーヤー

ゲーム中、プレイヤーはカルドセプトを使いこなす特殊能力者である"セプター"となる。ダイスを振ってマップ上を移動したり、クリーチャーを召喚して地形を支配することができる、いわばプレイヤーの分身。敵の領地に踏み込んだ場合は、通行料を請求される。

クリーチャー

クリーチャーを地形タイルに置くことにより、その土地を支配し、領地とすることができる。クリーチャーはST（攻撃力）とHP（耐久力）を持ち、地形タイルと属性（火、水など）が一致していれば、戦闘中のみHPに（土地のレベル×10）が加算される。

地形タイル

地形タイルは〈地・水・火・風〉の4つの属性に分かれており、同じ属性のクリーチャーと相性がよい。また、この他に属性を持たない〈無属性〉の地形もある。

領地となった地形タイルは魔力を注ぐことでレベルアップが可能で、通行料と資産価値が上昇していく。

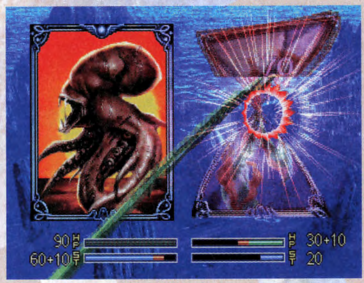
各ラウンドは以下のように進む。

①カードを1枚引く：手札が6枚を越えたら、即座に6枚以下になるようにカードを捨てる。

②スペルの使用：手札からスペルを1枚使用してもよい。

③移動：ダイスを振り、その出目に従ってマップ上を移動する。

④到着地での行動：止まった土地でクリーチャーを召喚するか、領地コマンドを使う。すでにクリーチャーが配置されている他人の領地でクリーチャーを召喚すると、戦闘となる。この時、アイテムも使用できる。領地を守っている敵クリーチャーを倒せなかった場合、通行料を支払わなくてはならない。



クリーチャー同士の戦闘。基本的に攻撃側が先攻。アイテムによって強化できる。



自分の番になったら、まず、手札からスペル（呪文）を使用することができる。

CARD

各セプターは、50枚のカードからなるブックを持ち、ここから引いたカードを使ってゲームを進める。ゲーム開始時に、比較的入手しやすいカードから構成された4種類のブックのいずれかを受け取るが、後に得たカードと入れ換えて強化していくことができる。

ブックは、セプターの戦略に応じて変化していくが、まず、右の通り大きく3種類に分類されるカードを、どういった比率で組み合わせるかがカギ。

アイテム

戦闘時にクリーチャーを強化するために用いる。武器、防具、道具、スクロール（魔法の巻物）に分かれ、種族によって使えるものが限られる。下はSTを＋40する武器「バトルアックス」。



スペル

自分の手番の最初に使える、魔法の呪文。クリーチャーやセプターを攻撃したり、移動速度を変えるなど、様々な効果を発生させる。下は典型的な攻撃呪文の「ライトニングボルト」。



クリーチャー

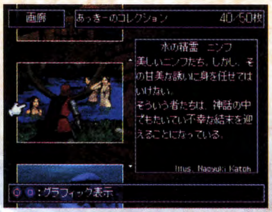
ゲーム中の主力ユニットで、領地を支配し、他人の領地を侵略することができる。ST（攻撃力）とHP（耐久力）を持つ他、特殊能力を持つ者も多い。下は火属性の「ヘルハウンド」。



文・構成=朱鷺田祐介（ライター）

『カルドセプト』の持つ、2つの顔

トレーディング・カードゲーム＋ボードゲーム……？　斬新な発想は、どのような形で結実したのか？『カルドセプト』の魅力を、2つのキーワードで分析する。

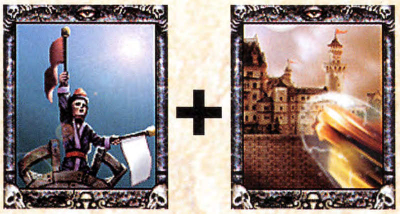


ブックの編集画面。カードを見ながら、ブックに入れるか思案するのも、またひとつの楽しみだ。



カードの全カタログ画面。まだ入手できていないカードの場所は空白になっており、埋めたくなる。

パーミッション



リコール

すべての砦（チェック・ポイント）を通過したことにしてしまう〈パーミッション〉と、その場でいきなり城に戻れる〈リコール〉。この2枚のカードの組み合わせで、広大なマップでも簡単に周回ボーナスを稼ぐことができる。

コレクション

美麗なカードを集め、ブックを育てる。

300種類以上にのぼるカードも、『カルドセプト』の魅力だ。作中のセプター同様、すべてのカードを集めることに夢中になってしまう。

それぞれのカードに描かれたイラストも魅力的だ。2人のイラストレーターによって描き出された大量のイラストには独自の魅力があり、素晴らしい。

また、ブック編集画面にあるカード・カタログを見れば、まだ獲得できていないカードの場所は空白のまま表示されるので、コレクター魂を揺さぶる。

さらにトレーディング・カードゲームというシステムがカード収集欲を促進する。カードが多種に渡るため、ゲームをやり込んでいない段階では、相手のブックからどんなカードが飛び出してくるか分からないのである。そうした未知のカードとの遭遇は、いい意味での驚きを感じさせてくれる。

「ああ、あのカードを手に入れればもっと強くなれる」……まだ見たことのないカードのせいで負けた時には、そんな想いが脳裏をよぎるものである。

事実、初期のブックに1枚のカードが加わることだけでも、成長は著しい。だからカードが欲しくなる。それはちょうど、子供たちが遊戯王の「ブルーアイズ・ドラゴン」を欲しがるようなものなのである。

そして、集めたカードは使いたい。

そこでブック編集画面を立ち上げ、カードの出し入れを始めるわけだ。カードが増えれば増えるほど、ブックの可能性は広がって行く。新しいカードも使いたいし、今まで使ってきたカードにも愛着がある。最近、知ったコンボも組み込んでみたい……。

勝てるブックを作り上げていく作業は〈分析〉に根ざした知的挑戦であるとともに、育成ゲームにも似た、カードへの愛情の世界でもあるのだ。

ブックは育てて行くものである。育て、自分で使って調整しながら、試行錯誤する姿は子供の行く末を心配する親と変わらない。さらに、ブックには使い手の個性やこだわりが反映される。どの属性を好み、どんな戦い方をするのか、カードを切る時のポリシー、ゲームに対する想い、時には、唐突に加えられたカードの数々から、対戦しているライバルたちの性格まで見えてくる時もあるから驚く。

何より、これは育成ゲームなのだ。

戦略性

複数のカードの組み合わせ＝コンボとは？

『カルドセプト』で勝つ方法は、いくつかある。基本的には、いくつもの土地を最高までレベルアップさせて、そこから得られる通行料をため込みつつ、周回ボーナスと合わせて総魔力を目標額まで押し上げるのだが、そこに到達する方法はいくつもある。

マップ上には〈地・水・火・風〉の4属性の土地があり、クリーチャーと土地の属性が一致していると防御時にボーナスがつき、領地を他人に奪われにくくなる。しかし、攻撃向きのものと防御向きのものがあるクリーチャーを、総数50枚のブックの中に双方バランスよく入れるのは、至難の技だ。

そこで、「いかにして勝つのか？」を考える必要が出てくる。

例えば、水属性のクリーチャー〈ケルピー〉は、領地を通過しようとするセプターを必ず足止めする能力を持っており、水属性の土地を十分にレベルアップした上でこれらを配置すれば、かなりの確率で勝つことができる。

また、いくつかのカードは組み合わせることで格段に強力な効果を生み出すことができる。例えば、対象のセプターを城に戻してしまう〈リコール〉を、全部の砦を通過したことにできる〈パーミッション〉をかけた後で使用すれば、どんなに広いマップでも、簡単に周回ボーナスを稼ぐことができる。

こうしたカード同士の連携技を“コンボ”と呼び、相性のよいカード同士を選んでうまく組み込めば、ブックを格段に強化することができる。

コンボ・デッキの思想を突き詰めると、やがてクリーチャーを一切入れないスペルブック（ノン・クリーチャー・デッキ）に至る。全体破壊スペルと妨害スペルを連打しながら、周回ボーナスのみで勝利するという、実にユニークなブックである。現在でも最強ブックの1つで、上記ケルピー・ブックにも強いが、狭いマップで軽量クリーチャーを集めた速攻デッキと戦うと、なかなか勝てないという弱点を持つ。

このように、『カルドセプト』では工夫次第で、実にさまざまな「勝ち方」へのアプローチが考えられる。コンボを積極的に取り入れれば、さらに戦略の幅が広がり、もはや単独の攻略術だけでゲームの必勝法を語ることなど出来ない。この奥の深さこそが『カルドセプト』の魅力なのである。

そこは、無限につながる“箱庭宇宙”

『カルドセプト』の第一人者、かく語りき

『カルドセプト』の魅力とは何なのか？　TCGの専門家であり、『カルドセプト』の攻略本も執筆する朱鷺田祐介が、『カルドセプト』の原点から分析する。

良いゲームに必要なのは、何よりも明確な手ごたえである。

負けた時の悔しさ、もう少しで勝てるという手ごたえ、挑戦が報われた時の喜び……。良いゲームとは、単なる時間潰しではなく、熱中し、その結果を人に誇りたくさせるものなのだ。

例えば、対戦格闘ゲームは忘れられかけていた「競い合い」の感覚を、再び思い出させる機会となった。単にマシンに向かって黙々とキーを叩き続けるのではなく、レバーやボタンを通してキャラを操作し、マシンの向こうの対戦相手と技を競い合う。操作を繰り返して自分に似合った戦い方を探しながら、投入した百円玉の数だけ強くなっていく。勝てば、得点が上がり、やがてはトップ・ランキングに名を連ねることさえ可能になる。そこには、非常に明確な手ごたえがある。

アナログ・ゲームの分野で言えば、トレーディング・カードゲームが同様の手ごたえを持っている。

明確なシステムの上に開放系のアイテムを乗せたこのゲームでは、各自が自分の集めたカードで独自のデッキを構築し、対戦する。得られるのは勝ち敗けという明確な結果。そして、かき集めたカード一枚一枚、デュエルの一戦一戦が実力につながってくる。さらに、新作の発売ごとに追加されるカードによって繰り返される環境の激変も、ユーザーを飽きさせない。

公認トーナメントが定期的に開催され、ランキング・ポイント制度により国際的な順位さえも算出できるため、必然的に個々の対戦にも力が入る。

使い手の個性が戦い方に出るという点でも、トレーディング・カードゲームは対戦格闘ゲームによく似ている。○○サラや、〜ジャッキーなど、愛用のキャラ名を名乗るバーチャ・ジャンキーがいたように、しばしばデュエリスト（『マジック：ザ・ギャザリング』のプレイヤー）たちも、好む色やデッキ・タイプによって「青使い」「地雷屋」などと呼ばれるのである。

このように、対戦格闘ゲームとトレーディング・カードゲームは、その形態が大きく異なるというのに、本質的な部分では、実に似通った存在である。それらは競技であると同時に、何よりも“自己表現”なのだ……。

さて、ずいぶん遠回りしてしまったが、『カルドセプト』の話である。

この『カルドセプト』というゲームは、「モノポリー」タイプの土地ビジネス・ゲームをベースとしつつ、戦術の幅を広げるために、カードゲーム的要素を取り入れたものであるわけだが、双方の特質をよく理解し、非常にうまく融合させることに成功している。

そして、この『カルドセプト』の魅力が最大限に発揮されるのが、何よりも対戦プレイ時においてなのである。

鍛え上げた自慢のブックを持ち寄って互いに戦う対戦モードには、コンピュータ相手の戦いではなかなか味わえない、駆け引きとスリルがある。

戦術用のカードをトレーディング・カード化し、ゲームの順位報酬とした ことが、ここで効いてくる。報酬の枚数によって勝ち敗けを明確に差別化する一方、ゲームをやり込めばやり込むほど、確実にカードを手に入れることができる……という図式である。

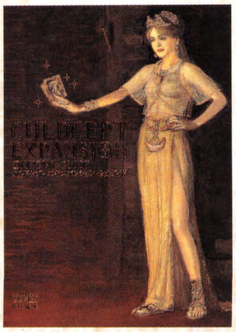
これにより、現実のトレーディング・カードで初期の障害になりがちな「財力によるカード資産格差に起因するアンバランス」が解消されるわけだ。『カルドセプト』におけるカード資産は、純粋に“ゲームに注ぎ込んだ時間と知恵”に比例することになる。これは非常にリアルな手ごたえであるが（gM編集部の秋山氏はこれを「民主的である」と評した）、ゲームにかけた時間そのものが評価されるという意味では、最もシビアな部分でもあろう。

さらに、ブック編集を充実させ、対戦モードのバリエーションを広げたのも注目に値する。特にメモリーカードを使用するPS版になってからはデータを持ち歩くのが簡単になり、手軽に対戦を楽しめるようになった。

そうそう、手軽といえば、『カルドセプト』の場合、古典的ボードゲームである「モノポリー」などと違い、煩雑な資金計算、特に地価と通行料の計算をCPUに押しつけ、プレイヤーに負担がかからない点も大きいのではないか。そういった意味で、ビジネス系ボードゲームはコンピュータとの相性がよく、例えば、ボードの手触りを愛する一部のファンをのぞくと、今ではほとんどのユーザーが家庭用ゲーム機に移りつつあり、若者の多くは「モノポリー」や「人生ゲーム」といった往年の名ボードゲームを、家庭用ゲーム機で体験するようになっている。

『カルドセプト』を通して、本来、アナログであるトレーディング・カードゲームとボードゲームは、最高の出会いをしたのかもしれない。複雑なルールや資産管理をCPUに押しつけつつ、個性を主張し、技術を競い合う対戦ゲームの魅力はそのままに、モニター上に再現しえたのだから……。

これは、新たな定番ゲームの1つとなるのかもしれない。



朱鷺田祐介（ときた・ゆうすけ）

（有）スザク・ゲームズ代表。TRPGデザイナー、ゲーム・ライター。
“マジック：ザ・ギャザリング”の草創期より紹介に当たる。そのノウハウを生かして、SS版、PS版の双方で「カルドセプト」の攻略本を担当する。代表作は「深淵」（ホビージャパン）、「真・女神転生TRPG覚醒編」（アスペクト）などのTRPG。
その他、小説「火龍面舞」「丘の上の貴婦人」（プランニング・ハウス）など。

カルドセプト エキスパンション 公式ガイドブック
〈アスペクト刊 1500円（本体価格）〉

創造主の肖像

文・構成＝朱鷺田祐介（ライター）

『カルドセプト』を生みだした大宮ソフトは、若い会社だ。メーカーで働いていた若いクリエイターが集まって旗揚げして５年、手がけたソフトは４本。そして、そのタイトルのいずれもが、ファンによって高い評価を得ている。そのクォリティはどこから来るのか？　そして『カルドセプト』を生みだした原動力とは？

──サターン版、PS版と攻略本を書かせていただいて思うのですが『カルドセプト』の練り込みはホント、凄いですね。1枚1枚のカードのチェックがきちんとなされていて、システムのアラがほとんど見えない。

鈴木　そう言っていただくと嬉しいですね。開発期間の後半を、ゲームデザイナーの神宮にずっとテストプレイをさせることができたのがよかったかな、と……。

──そんなに早い段階で、ゲームが出来上がっていたのですか？

鈴木　サターン版を制作する過程で、演出とか、綺麗な絵が出るとか、そういうのは除いて、とにかく〈ゲームとして遊べる状態〉というのをなるべく早く作って、神宮に渡したんです。まだシナリオもAIもない段階だから、2人分を1人で遊ばせました（笑）。

神宮　毎日、「お先に失礼しま～す！」って言いながら、デバック版を家に持って帰ってプレイする日々が続きましたね（笑）。

──なぜ、そこまでこだわられたのですか？

鈴木　制作に先だって、研究のためにマルチプレイのボードゲームや他機種の作品をいろいろ遊んでみたのですが、『いただきストリート』などは良かったのですが、それ以外で、僕らが楽しめるゲームがなかったんです。

──単なるスゴロクになっているだけ、とか？

鈴木　例えば、人生ゲームのようなパーティーゲームは友達と一緒にサイコロを振ってワイワイ楽しめればいい。でも、僕らは仕事が終わった時、皆で〈考えながら〉楽しめるマルチプレイゲームが欲しかったんです。

仮にそこですごいものが見つかれば、それで終わっちゃっていたのかもしれないですが、探してみたら、なかったので……。

──そこで自分で作ろう、と。

鈴木　少なくとも、自分たちが作る時にはテストプレイやバランス調整の時間をちゃんと取ろうと心がけました。

──その段階で研究したゲームの、どういった点が気になったんですか？

神宮　例えばですが、ダイス要素が強すぎるんですよ。だから経験の蓄積が次の試合に反映しないという良さも一方ではありますが、運次第で、今日はこいつが勝って、今日は俺が勝って…。何かこれでいいのかな、「経験の積み重ねで強くなれるボードゲームみたいなのがあったらおもしろいな」と。

そんな時に友達が「マジック（マジック・ザ・ギャザリング）というゲームがあるんだよ」とすすめてくれて、実際にやってみたのですが、これはおもしろい、と思ったんです。

■

──『カルドセプト』では、世界観の設定がかなり詳しく行われていますね。実際のカード1つ1つに解説がついていたり……。

鈴木　大宮ソフトでは、外部のイラストレーターさんに早い時期からお願い



有限会社 大宮ソフト 取締役社長
鈴木 英夫
いちばん好きなカードは？　との問いに「リリス。攻守ともに強力な上に、わりと目立たない、という点がポイントです」（鈴木）。

仕事の後、みんなで考えながら楽しめるゲームが欲しかった（鈴木）

して、ゆっくり時間をかけてグラフィックを描いていただくスタイルになっているんですけれど、その時に、世界観が決まっていないと「絵が描けん!」という話になるわけですよね。

僕らが簡単な設定を出すと、イラストレーターさんのほうでイメージを膨らませてくれます。そういったキャッチボールを繰り返しながら、段々と厚みを増して行った訳です。

神宮　例えば、神様の城には重力があるのかって聞かれて「あっ、じゃあそこも考えなきゃ」って（笑）。

――設定にあたっては、具体的に何かの神話を想定して作ったのですか?

神宮　全体的には〈北欧神話風〉を踏襲しつつ、まず、カードというのは何なのか?　起源は何なんだろう?　というところから作っていきました。あと、私自身の根っこには「指輪物語」など、トールキンの神話世界にあこがれる部分がありますね……。

鈴木　ひと口に"ファンタジー"と言っても、古典的なものから比較的新しいものまで。まぁ、チュパカブラがファンタジーかというと少し問題があるかもしれないけど（笑）。

神宮　あれは、外部的なパワーに負けましたね（笑）。

鈴木　イラストレーターさんの側から「こんな絵を描いてみたい」といわれたケースもあるんですよ。それがまさにチュパカブラでした（笑）。社内でも神宮に「こんなの入れて、こんなの入れて!」と言うんですけれど、それをはねつけることが神宮の仕事になってしまいました（笑）。そういう意味では、100パーセント1人のゲームデザイナーの手で構築された世界です。そうすることで、いろんな人の価値観が変に入らなかったから良かったのかもしれない、という気もします。

――そう言えば、非常にたくさんのカードが登場するゲームにしては、イラストレーターの方が少ないですね。

鈴木　主に加藤直之さんがイメージイラストで、中井覚さん、斉藤智晴さんがカードイラストですが、あれだけのカードイラストを2人で描いたというところはイメージの統一という意味で、良かった点ですね。

――イメージイラストも、戦闘シーンだけでなく、リザードマンがバンダースナッチ狩りをする場面があったりして、世界の深みが感じられますね。

鈴木　思い返すと贅沢だと思うのですが、加藤直之さんのような方に、テーブルの上に自分の持ち物をただ並べただけの地味な絵とか、場末の酒場で食事をしている所とか、そういう"何気ないカット"をいっぱいお願いできたというのは本当に良かったですね。加藤直之さんは、実にこだわりのある方



有限会社 大宮ソフト 企画部長
神宮 孝行
神宮氏は、好きなカードに"ドリアード"を挙げた。「"援護"があるし、ジャンプもできるし、おまけにカワイイ、ってところが（笑）」。

「喧嘩になるから対人戦はやらない」って方もいます（神宮）

でして、場末の酒場で食事をしている絵を依頼したら、会社に電話がかかって来たんです。

「中世の時代であれば、食べ残しの骨とかは全部床に捨てていたはずだ。私はそう描きたい。だけど、そうすると教育上まずくないか？」と（笑）。

――で、どう答えたんですか？

鈴木 いや、もしそんなことで文句を言う奴がいたら、僕が行って殴ります、もう、好きに描いてくださいと（笑）。

――今回、SS版に続きPS版「カルドセプト」が作られたわけですが、制作のきっかけは？

鈴木 SS版の時の投書で「ゲームは気に入っていますが、周囲に対戦する相手がいないんです」という意見が多かったんです。

　コンピュータ対戦とはまた全然別の楽しみとして、人と対戦するというのがありますから、それを味わえない状態で終わってしまうのは、作った僕らにも心残りがありました。

神宮 PS版になって、対戦の敷居が低くなったんですよね。目立たないけれど、そういう所にPS版の良さがあったりするんじゃないかと思います。

――この7月、カルドセプトファンを応援するCD-ROMマガジン「カルドセプト セプターズ・ギルド」が発売されましたが、今後の流れとしては、やはり対人戦の面白さを支援していく形になるのでしょうか？

鈴木 そうですね。新しいマップやブックを追加してあげることで対戦の幅を広げていくことを目的としています。

また、8月から9月初旬にかけて、全国各地で公式大会の予選を、そして9月15日には東京でその本選大会を開きます。

――公式大会の様子は、どんな感じになると思いますか？ 例えば、ブックの構成パターンはどうでしょうか？

鈴木 おそらく、一般的に見て防御系が多くなるんではないでしょうか。きっと、「見ず知らずの人にひどい攻撃をくらわすなんてことはとても出来ない」という、紳士のような方が多いのではないかと思うので……。

　でも、今度の全国大会はカードなどの制限を極力抑えているので、あこぎでもいい、とことん勝敗にこだわってくれれば……と思っています（笑）。

――今回、データの形で公式大会のマップを事前に公開した理由は？

鈴木 （こうしたゲームは）実際の対戦そのものよりも、それまでにブックを組んでいく過程が楽しいわけです。絶対にこういうので攻めてくる奴がいる、対策を立てなくちゃ、そうそう、これも対策を講じておかなくちゃ…と考えているときが一番楽しいんじゃないかと。そのきっかけになればいいな、と思い、公開することにしました。

――大宮ソフトの皆さんが社内で遊ぶ際も、大会のような雰囲気の中で？

鈴木 社内で遊ぶ時はそこまでストイックではなく、例えば神宮は「男のロマンだ！」とか言って、意味もなくドラゴンを入れたりしてますね。

神宮 なぜ、ドラゴンのことを「意味がない」と言うんですか……（笑）!!

鈴木 社内では、自分の派手な部分をいかにお披露目するか、演出できるかで勝負する、みたいな部分がありますね、勝敗を離れて。だから、公式戦を観戦すると出たくなったりするんです。「真剣勝負っていいな」と思いますからね。勝つために、普段、友達には絶対に出来ないようなことも考えたりするわけでしょう？ そういう意味では公式戦って、通常の空気と違った戦い方になるんじゃないかな……。

――ユーザーの反応はどうですか？

鈴木 男の子だけの遊びになっちゃうかなと思っていたんですけれど、意外に女性からのハガキが多いですね。「旦那は忙しくてカードコレクションできないけれど、私は日中、ガンガンカードを集めています」と、ハガキに書いてあったりすると「あぁ、妬ましいやら微笑ましいやら」と（笑）。

――うちでも、娘がミニキャラが好きではまってるんですよ。

鈴木 してやったり（笑）。他にも「好きな彼氏がやっているんで私もやり始めてはまりました」とか。女性も結構強いみたいで、彼が権威を失うみたいな……。よくチャットで相手を見つけて結婚しましたとかっていう話があるじゃないですか。逆に『カルドセプト』で喧嘩しました、みたいな話が出てきたら、ゲーム作り冥利に尽きるんですけどね。「あんな場面で〝イビルブラスト〟を撃ってくるような人とは思わなかったわ!!」みたいな……（笑）。

神宮 イラストレーターの中井覚さんみたいに、「対人戦は絶対やらない」という人もいますからね。絶対に喧嘩になるから、って……（笑）。

――実際、周囲を見回してみると、仕事を離れた部分でナチュラルに『カルドセプト』にはまっている人が多いんですよ。そういう意味でも、理想的なタイトルだなというのが実感ですね。

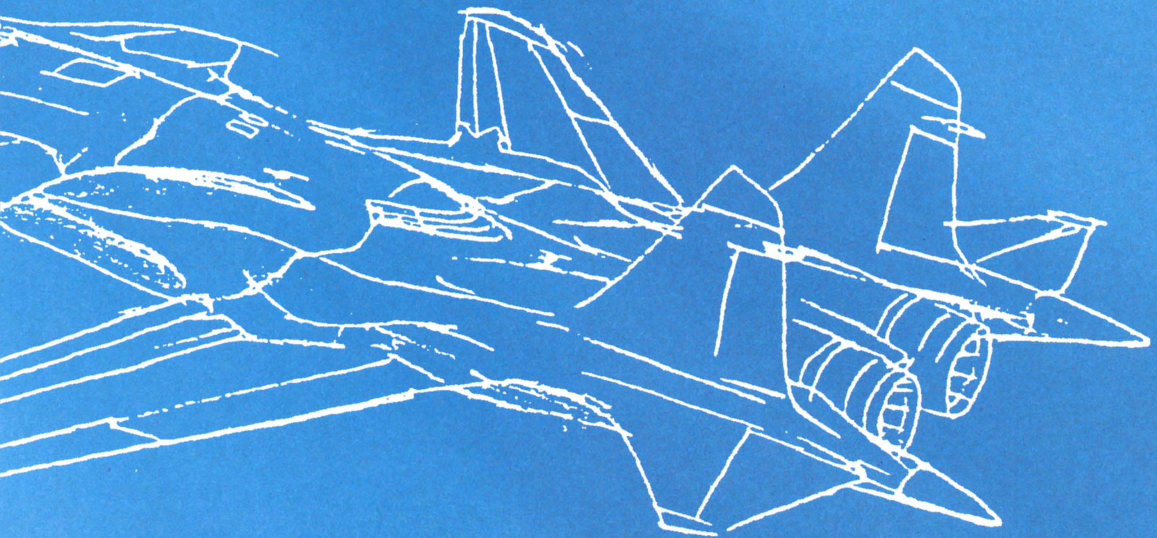
鈴木 本来、カードゲームをやりたいというテンションって、結構いろんな人が持っていると思うんですよ。アンケートハガキを見ていると「トレーディングカードゲームって大量に買わないと楽しめないから、やりたくても出来ない、とあきらめていたんだけど、『カルドセプト』なら1本買えばそれでオーケー。このゲームで初めて、トレーディングカードがどんな物が分かった気がします」なんてのがあったりして……。

　あと、『カルドセプト』で大きかったのは時間の問題かな、と思っています。カードの組み合せ（ブック）をいろいろ考えるだけでなく、整理して準備してっていう手間が、バカにならないじゃないですか。それが、家庭用ゲーム機の場合、スイッチを入れればすぐできる。片付けもポチッと電源を切るだけ、という手軽さが、本物のカードゲームでいろいろ障害になっていた部分を取り除いて、比較的入りやすくさせられたのかな、と……。

――大宮ソフトさんの今後の活動としては何かやりたいことはありますか？

鈴木 『カルドセプト』をもう少しやりたいな、と思っています。ただ、同じ仕事を続けていくと、社内で〝新しいゲームを作りたい症〟のエキスが溜まっていきますから、時期が来たら、それをドバ～ッと放出したいです。まだ何をやるか、全然分かりませんが（笑）。





違った空……。

NAMCO「エースコンバット3 ～エレクトロスフィア」開発者インタビュー



紺碧、群青、紫紺、そしてコバルトブルー……
空の青にも、さまざまな色がある。
そして99年春、あの『エースコンバット』シリーズ最新作
『～エレクトロスフィア』発売──。
今度の空も同じように青かった、のだろうか……？

文・構成＝秋山ぞんび（gM編集部）

鮮やかな軌跡を描きながら飛ぶミサイル、360度広がる空を自在に駆け抜ける爽快感……。2年ぶりの登場となった「エースコンバット」シリーズ最新作「～エレクトロスフィア」は、依然として前作と変わらない強烈な魅力を放っている。が、しかし……ストーリー性が前面に打ち出された本編をプレイしてみて、「エースコンバット」が大きく変わった、と感じた人も多いのではないだろうか。かくいう私も、そのように感じた1人である。それでは、今回の「エースコンバット」の狙いとは、どのようなものだったのか？ 開発にあたった小野田・岩崎の両氏に、gMが話を聞いた。

■

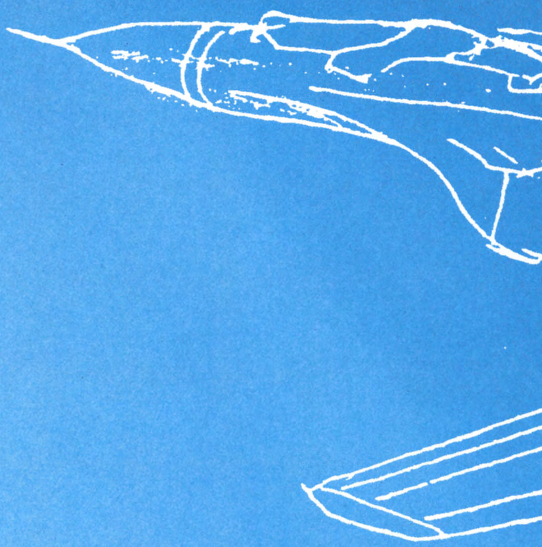
——3作目にして「エース～」は大きく変わりましたね。

岩崎 そうですね。「1」「2」と作ってきて……特に「2」は、作っている僕らとしても「これ以上のものは作れないものを」という意気込みで臨んでたんですよ。実際、「1」から「2」にかけて飛躍的に進化したと思っています、ポリゴンの表現能力とか…。とにかく「2」は、ものすごく自信のあるソフトなんですよ。そういった状況の下、では「3」をどうするのか、と…。

当然、シリーズ共通のテーマとも言える「大空を飛ぶ感覚」をより強める方向へ……という考えはあるんだけれど、少なくとも、また同じ方向性で進化させていたんでは、結果的に「2」とほとんど変わり映えしないものができてしまうんじゃないか…という不安もあるわけです。そういった事情から、早い段階で「まったく新しいものを、別のベクトルから切り込んで作ろう」というところで、スタッフの考えはまとまっていたんですよ。

そういった意味では今回、開発陣がライバル視していたのは「エースコンバット2」なんですよ。まぁ、そうは言いつつ、実は開発スタッフがほとんど同じ、という部分に難しさもあるわけですけど……(笑)。

——具体的には、今回の「～エレクトロスフィア〈以下、〈3〉〉」で目指したものとは、何だったんですか？



岩崎 ひと言で言えば〝ドラマとシューティングの融合〟ですね。ドラマ性を盛り込むことにより、「自分が今、どうして空を飛んでいるのか」という感覚を強くうち出せるのでは……と考えたんです。

——つまり、自信作だったという「2」の中に心残りな点があるとしたら、ドラマ的部分の弱さになる……ということでしょうか？

小野田 そういうことです。「2」のユーザーさんのアンケートハガキを見ていても、「支援してくれる僚機との関係はどうなっているのか？」というような声が聞こえてきていましたし……。

そういった、主人公を取り巻く〝もう1つ大きな部分の設定〟を徹底して固めれば、よりリアルな感覚を強めることができるのではないか？ というのが狙いだったし、それが今回の1つの目標だったんです。

——設定やシナリオの部分を強化するため、「3」で初めて、外部のシナリオライター(佐藤 大氏)を起用することになりましたね。こういった形の制作体制を取ることも、最初の段階から決まっていたんですか？

小野田 いや、最初の段階は違ったんですよ。全部、いつも通りの開発スタイルでやっていこう……という感じだったんです。ただ、「3」のテーマとして「人間ドラマを盛り込んでいこう」という方針になったんで、骨格であるシューティング以外の部分が、きちんと消化しきれないと困る、と。

そこで、新しく試みるドラマの部分は、やっぱりプロの方に頼もう、ということになったんです。

——例えば「2」までのシナリオ部分などは、どういった形で作られていたんでしょうか。

岩崎 前作まではですね、基本的にシナリオメインでやってる担当者がいる、というわけではなくて、全体をまとめていたディレクターがプロットを書いて、それを僕たちが見て「こういうシーンを入れませんか？」というように話し合いながら進めていく、という感じでした。そもそも、ゲームの構成からいって「どのようなドラマを盛り込

むか」というよりは「どういうミッションにするか」がすべてだったんです。

―ステージ構成というか、それが爆撃ミッションなのか空戦ミッションなのかを決める、という感じ……。

岩崎　そうです。「1」でも「2」でも、要は「起こってしまったクーデターを鎮圧せよ」という、大きな意味での枠組みはまったく変化しない、という形でしたからね。

―物語部分や設定を強化するためにプロのシナリオライターを起用する、という段階で、人選は最初から「佐藤さんで」というお考えだったんですか。

岩崎　もう最初から、佐藤さんで考えていました。

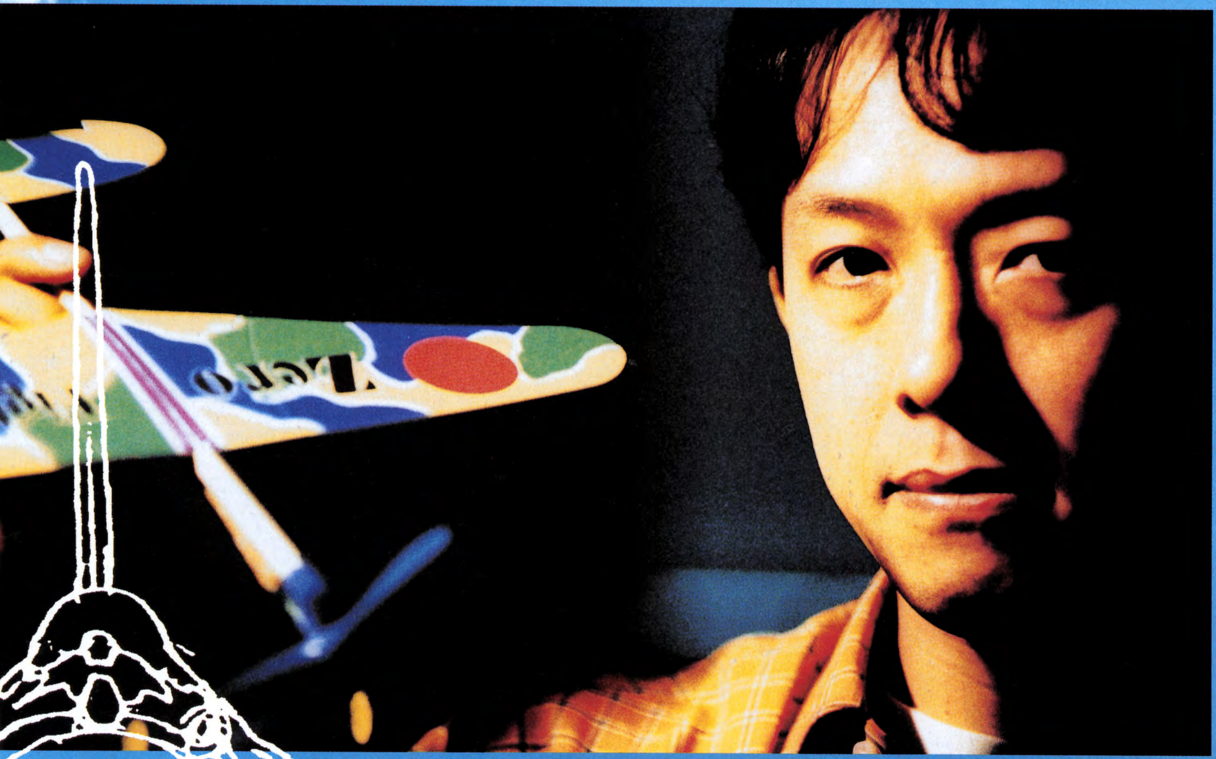
―それは、どういった基準で……?

岩崎　まったくゲームを知らない、いわゆる純粋なライターさんだと、シナリオの分岐だとか、そういった部分のイメージに時間がかかると思ったんで、できればゲームをよく知っている方の中から……と考えたのが1つ。佐藤さんは、現在の「HYPERプレイステーション」の前身にあたる「ED」などで活躍されていましたし、古くからゲーム評論をされてきた方なんですよ。

それともう1つ、今度の「3」ではドラマ部分をプロダクションI・G（あい・じー）さんと協力して、デジタルアニメーションで作っていくことを決めていたので、アニメーションのことも分かっている人を…と考えていたんです。そういった意味で「カウボーイ・ビバップ」の設定・脚本で活躍されていた佐藤さんが適任ではないか、と。

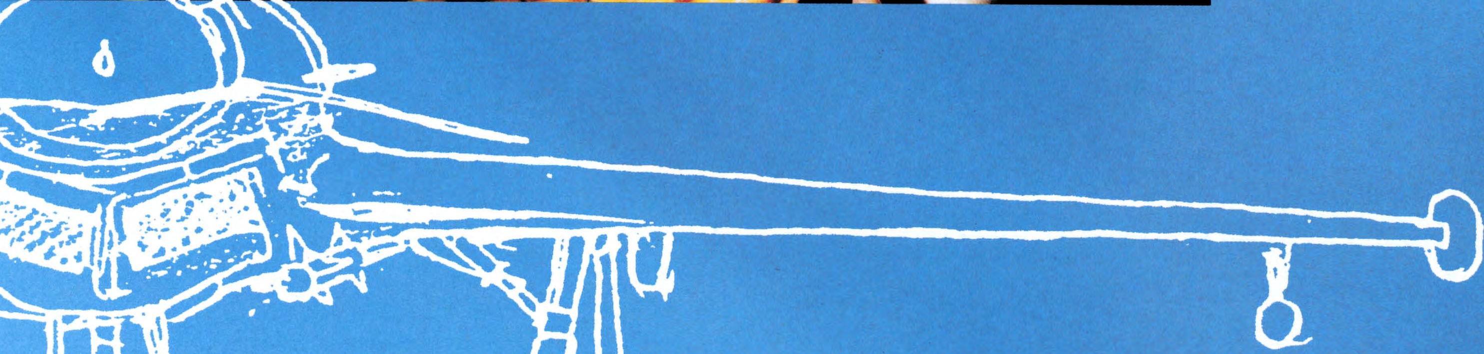
―今回、こういう形で佐藤さんと実際に仕事をしてみて、収穫は大きかったですか?

小野田　そうですね、大きかったです。



シリーズ全作品に関わり、前作「～2」ではミッション設定やデザインまわり、本作ではディレクターを務めた。1970年11月17日生まれ。血液型O型。「～3」のキャラクターではフィーに魅かれるという。理由を聞くと「救われないのに、どこか一所懸命だから」。

岩崎 拓矢
株式会社ナムコ CS開発部 主任



岩崎　佐藤さんには、シナリオをお願いしたというだけじゃなくて、世界観の設定から何から一緒に進めた、という状態だったので、「仕事を依頼する」とかいう感じではなくて……もう、チームなんですよ。一緒に制作した。

―制作中、佐藤さんを交えて、ナムコさんとしては異例の〝合宿〟まで行われたそうですね。

岩崎　佐藤さんとは年齢的にも同世代なので「おもしろい仕事になりそうだ」とは思っていたんですが、実際に話してみると、アニメにしても何にしても、共通の体験がベースになっているものだから、価値観を共有しやすいんです。

ドラマ性を正面に打ち出す、という部分でも、とにかく「ドラマはやっぱり人が生み出すものだ」という風に考えていたものですから、個々のキャラクターが何を考え、どのような生き方をしているのか……というような部分まで、とにかく一緒に徹底的に話し合いました。「最後のシーン、なぜフィーは泣くんだろう?」「でも、正確にはあれは泣き笑いだよね」……なんてやり取りを、とことん続けたんです。

実際、外で合宿をしたりといった制作スタイルはナムコとしては初めてのことですから、とても新鮮だったし、触発もされました。

―そのドラマ部分なんですが、「3」では舞台が近未来へと移ったこともあり、かなりSF的な色彩が強くなっているように感じられたんです。そこでお聞きしたいのですが、「人間ドラマを強調したい」という部分と、「舞台が未来へ移った」という部分は、どのように関係してくるものなのでしょうか?

例えば中東ですとかユーゴですとか、ああいった現代の戦場を舞台に、言っ

てみれば「空の傭兵物語」のような…
…リアルワールドの枠組みの中での人間ドラマ、という方法論もあるいはあったのかな、と思うんですが。

岩崎 そこも、「2」から「3」へ移行するうえで、すごく話し合われた部分です。そこで考えたのが、どれほどリアルなグラフィック…例えば「都市」ですけど……を登場させたとしても、根本的な世界観を「2」と共有している限り、あんまり変わり映えはしないのではないか……ということなんです。

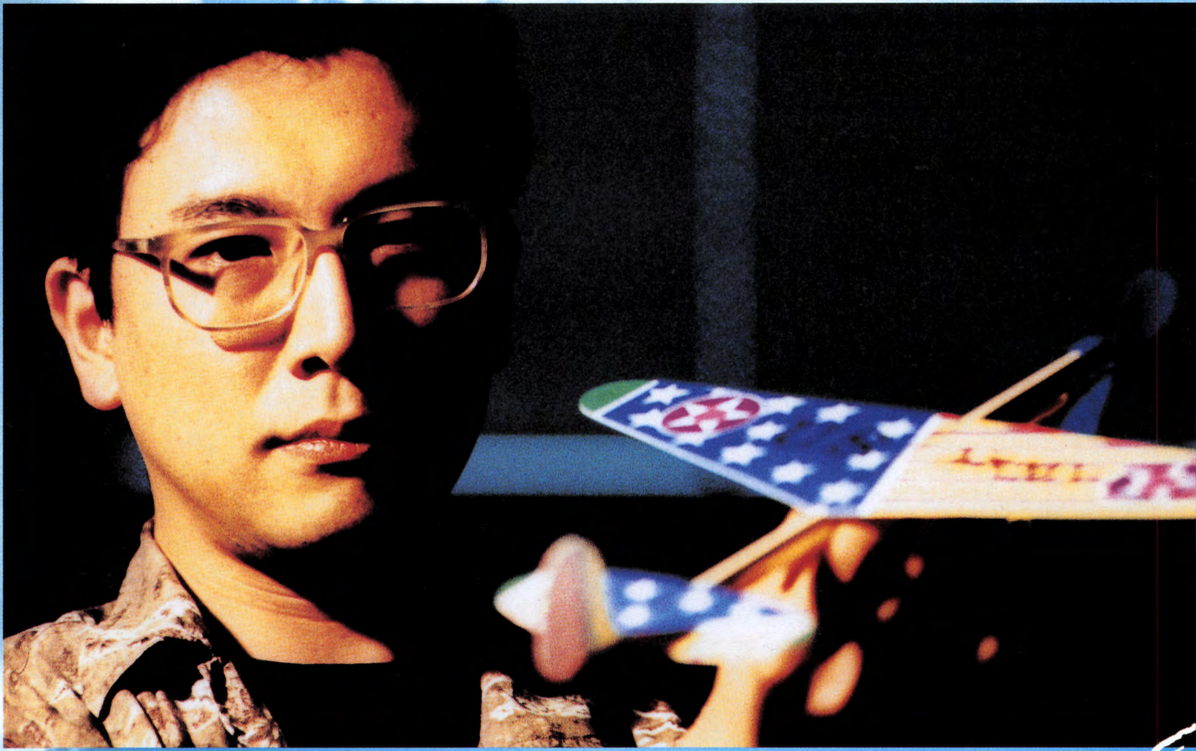
そこで、例えばファンタジーだとかSF的なものだとか、いろいろな方向性を模索した結果、最終的に、ああいった近未来、少しSFテイストの入った路線に落ち着いたわけです。

小野田 「前とは違ったものにしよう」という思いが、やっぱりそれだけ強かったんですね。感覚的にも新しいものを作ろうというのなら、何も現在にこだわる必要はない、という。

――「3」におけるSF的なテイストは、ドラマ部分のカギにもなっている"電脳化（サブリメーション）"という概念の影響も大きいのではないかと思うんです。「3」のドラマの核心は、人間が肉体を捨て、コンピュータ・ネットワークの中の存在になる……電脳化するということの是非を問う、という部分にあるわけですよね？ そこでお聞きしたいんですが、作品を通して訴えたいメッセージとして「人類は、電脳化をしてまで新しいステップへと進む必要があるのか…？」という問題提起が、やはり大きかったんですか？

岩崎 ストーリーを通して何らかのメッセージを伝えたい……そういった思いは、実は希薄なんです。

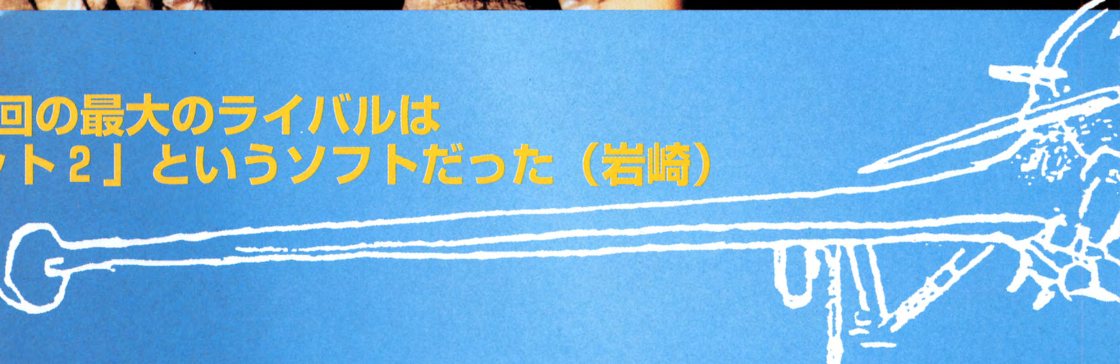
僕は「3」におけるシナリオやプロ



「エース〜」には今回初めて関わり、全体を統括した。それ以前はコンシューマ版「タイムクライシス」「風のクロノア」などを担当。1968年2月25日生まれ。血液型O型。もし電脳化できるとしたら？「まだ欲を失いたくはないので、お断りしますね（笑）」。

小野田 裕之
株式会社ナムコＣＳ開発部 主任

ある意味で、今回の最大のライバルは「エースコンバット2」というソフトだった（岩崎）



ットは、あくまでも「空を飛ぶ感覚」をより引き立たせるための小道具なんだ、と考えているんですよ。

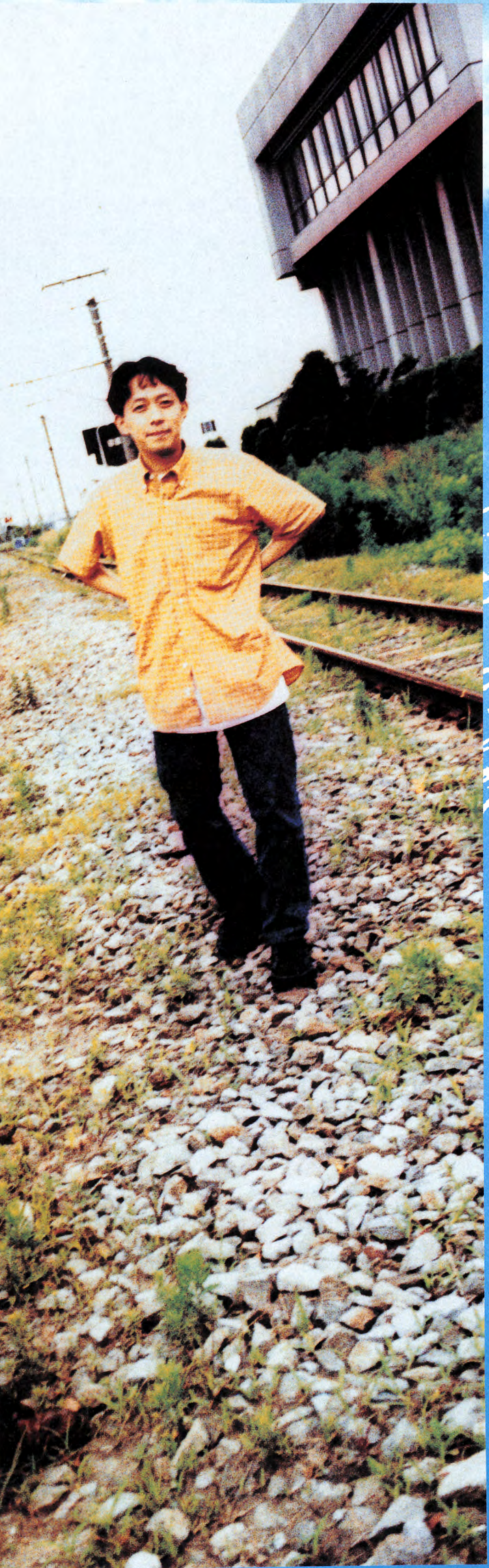
小野田 最初の段階の「3」の企画書に、「君の決断が、未来を変える！」というフレーズがあるんです。で、「そういう切り口で行きましょう」となったら、もう3つぐらいの分岐図が載っていて……。「プレイヤーがある選択をしたらこう進んで、ぜんぜん違う展開になります」、と。そういう骨子は早い段階でできていたんです。

あとは、そういうドラマ的な部分で「プレイヤーに、"未来を変える"ギリギリの選択をさせたいね」と……。それではどういう選択を迫られればギリギリなんだろうか、という時に「人間を電脳化するという行為を、肯定するか否か……？」というのが出てきたんです。話の順番としては、実際はこういう感じなんです。

岩崎 戦争って、つまりは主義と主義とのぶつかり合いで、どちらか片方が正義でどちらか片方が悪……なんて、実はなかなか存在しない図式だと思うんです。言ってみれば「両方が正義」。そこで、簡単には白黒つけられないような命題を出したという。そういう問題を、自分はどう受け止めるのか、ということですよね。

――そうだったんですか。実は「3」をプレイしていて、僕はかなりのメッセージ性のようなものを感じたんです。コンピュータゲームという形態を取りながらも、実は「ネットワーク社会」そのものに対する懐疑というか……。ゲームの中で、はたしてこのままでいいのか？ というような問題提起をしているのではないか、と。

例えばいま、私はこうして「gM」



という雑誌を作っているわけですが、地方に住んでいるライターさんと仕事をするような場合、メールでのやり取りですべて済ませて、実際に顔を合わせたことが1度もない……なんて状況も現実に生じているんですよ。で、そういった状況に「はたしてこれでいいのだろうか……?」なんて、自分で思ったりもして。
　同じように「3」の開発スタッフの皆さんも、"ゲーム開発"という、ある意味でデジタルの最先端の仕事をしているうちに、「ネット」や「電脳化」といったものに、ある種の疑問を感じられるようになったのかな、なんて…。

岩崎　でも実際のところは、人それぞれの生き方の軸というか、指針を図るアイディアとして、「電脳化」という要素をゲームの中に投じてみた、というところで……。あるテーマを訴えるために「3」を作った、なんてことはないんですよ（笑）。

━それから、これも「3」をプレイしていて感じたのですが、開発スタッフの中に、実はかなりのSF好きがいるのでは？ と思ってるんですけど……ギブスンとかP・K・ディックとか。ある意味で、「3」の物語の骨格そのものが、「ブレードランナー」に似ているのかな、なんて印象を……。

岩崎　SFはまぁ、みんな好きかもしれないです（笑）。実際、「2」との違いを持たせる上で舞台を近未来に移し、物語的にもあのようなテイストになった、ということ自体、そういった指向性の現れです。ただ、あんまり難しくしてSFマニア向けにはしたくない、という部分で、ある程度わかりやすくすることに腐心したというか。
　あまりにこだわりすぎて、すごく奥深いところまで行き過ぎてしまうのはちょっと止めよう、というのは話し合ったし。デザイン的なところでも、キーワードとしての「サイバーパンク」というのは、ちょっと避けよう、と。サイバーパンクといってしまうと、どうしても80年代のあの頃のイメージから先に進めないんで……。

小野田　ストーリーをあまり複雑なものにしなかったのも、つまりはそういうことです。「3」の方向性をそれまでと少し変わったものにするにあたっては、そうすることで「1」や「2」のコアなユーザーさんに加え、比較的ライトな、新しいユーザーにも遊んでもらいたい…という考えもあったんです。
　やっぱり、「1」「2」というのはかなり硬派な部分がありましたから、敬遠されてた方もいたのかもしれない、と思うんですよ。

岩崎　今回、ユーザーさんのハガキを見ていて嬉しかったのが、「飛行機ゲームは難しくてちょっと手を出せずにいましたが、初めてやってみたらすごく面白かった」とか「最初は操作に慣れませんでしたが、そのうちに全部のキーを使ってプレイするようになりました」というような意見を見かけたときなんです。「あぁ、僕らの狙いは間違ってなかった！」と……（笑）。

━私の周りに関して言うと、テクニックという意味ではなくて、お話として「これ、難しくないか?!」という声が多かったんですよ。今、マニアックなSFにならないよう、ストーリー的

ドラマ的演出として、未来を左右する苦渋の選択をプレイヤーにさせたかった（小野田）

にわかりやすくした、という話が出たわけですが……。
たとえば僕の場合、敵機にハッキング攻撃をかけて、最後に2機並んで帰還する……という場面でですね、そういう理解がまったくできなくて、2機目の飛行機は誰かが助けに来てくれたもの、と思ってしまったんです。で、職場の同僚に「最後に助けに現れてくれたのって、結局、誰？」なんて質問をしていたくらいで……（笑）。
周りを見ていても、後半、ストーリーがよくわからなくなっている人間が多くて、みんなで情報を……「自分はこう思う」という断片をつなぎ合せていく、というような状態でして。

岩崎 それは嬉しいですね（笑）。

小野田 そういうの、狙いなんですよ。

――でも、話はわかりやすくした…？

岩崎 ここでいう「話をわかりやすくした」というのは、最終的に5つのエンディングを見たときに、ストーリーの背後でどういった事態が起きていたのかをわかりやすい形で提供するようにした、ということなんです。ですから、1つ1つのストーリー単独で見てしまうと、何らかの謎は残る、という作りにはなっているんですね。そこをあまりに明快にしてしまうと、やっぱり1回遊んだだけで「あぁ、終わった……」となってしまうと思うんです。それはちょっとツライ、と……。
反対に、ストーリー的にまだよく分からない部分を明らかにしたい一心で、異なった分岐で再度、ゲームを始める気持ちを刺激する……という形が、我々の目指した形なんですよ。

小野田 また、そのように「謎の一端が少しづつ明らかになっていく」構造をとることによって、ユーザーさんの間での意見交換が活発に行われれば……なんて考えもあったんです。今はインターネットなどを通じて、熱心なユーザーさん同士の情報交換がたいへん盛んですしね……。

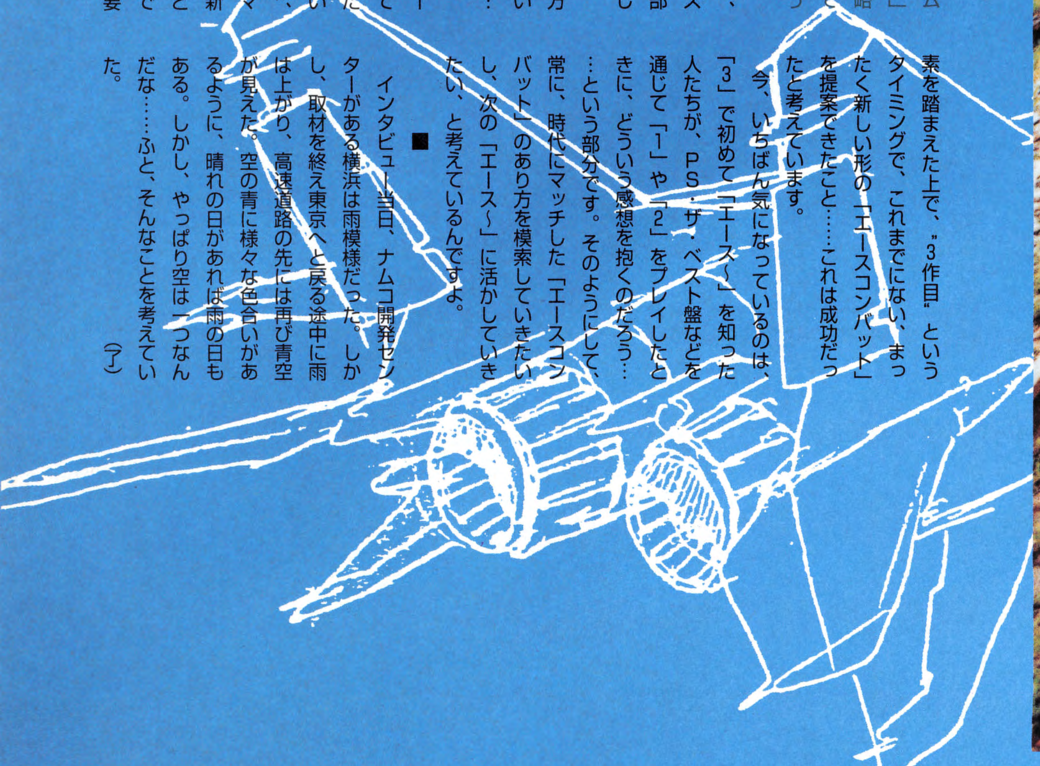
――お話をうかがっていて感じたんですが、それまでの路線と大きく変化したように思える「3」とは、単純に前作と同じようなものを作っても仕方ない、という部分以外に、新規ユーザーの取り込みや、コンシューマ・ゲームとして「何度でも遊ぶことのできる」魅力を付加することなど、かなり戦略的な判断があって、はじめて生まれてきたものだった……ということのようですね。

岩崎 我々が密かに恐れているのは、「エースコンバット」というシリーズを作り続けているうちに、それが一部のコアな人たちだけのものになってしまうことなんです。
だからこそ、従来からのファンの方たちに満足感を与えつつ、常に新しい試みを忘れずに進んでいきたい……と、そのように考えています。
今回、ユーザーさんからのアンケートハガキを見ていると、「3」で初めて「エースコンバット」の世界に入った人たちから非常に高い評価をいただいていることがわかるんですよ。反対に、「1」や「2」をやり込まれていたマニアックなユーザーさんの一部に、新しい「エースコンバット」に対するとまどいのようなものがあるのも理解できるんです。そういったさまざまな要素を踏まえた上で、"3作目"というタイミングで、これまでにない、まったく新しい形の「エースコンバット」を提案できたこと……これは成功だったと考えています。
今、いちばん気になっているのは、「3」で初めて「エース～」を知った人たちが、PS・ザ・ベスト盤などを通じて「1」や「2」をプレイしたときに、どういう感想を抱くのだろう……という部分です。そのようにして、常に、時代にマッチした「エースコンバット」のあり方を模索していきたいし、次の「エース～」に活かしていきたい、と考えているんですよ。

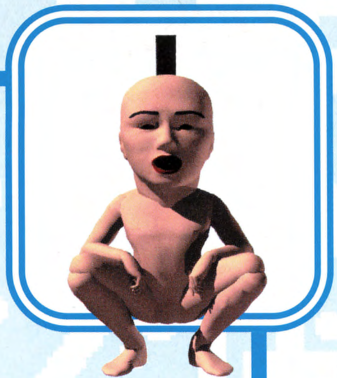
■

インタビュー当日、ナムコ開発センターがある横浜は雨模様だった。しかし、取材を終え東京へと戻る途中に雨は上がり、高速道路の先には再び青空が見えた。空の青に様々な色合いがあるように、晴れの日があれば雨の日もある。しかし、やっぱり空は一つなんだな……ふと、そんなことを考えていた。 （了）











なんだかとってもヘンなゲーム、『せがれいじり』。独特の“せがれワールド”とは、つまりは作者である秋元きつね氏による“秋元ワールド”そのもの。で、作ったのは、こういう人だったんです……。

文・構成＝カルメン伊藤
協力＝鶴岡八幡

きつね、だんめんず

「せがれいじり」の秋元きつね氏インタビュー

――まず最初に、『せがれいじり』というソフトがどういう経緯で制作されたのかをお聞きしたいんですけど…。

秋元 そもそもの発端は、「人面牛（※1）」というビデオがあって、それを見たエニックスさんの方から「これ、何とかゲームみたいにできませんか?」って、そういう話だったんです。

うちはあんまりゲームをやらないんだけど、好きは好きだったんで、何とかしようと思っていろいろ考えたんです。でも、なかなかうまく行かなくて……。エニックスさんに見せても「つまらん」とか言われちゃって(笑)。

そのとき、ちょうど同時期にエニックスさんにプレゼンしていた〈ブレインドック〉というゲームの企画チームがいて、そこが、単語を組み合わせて作文を作っていくシステムを持ってた





脳たりん



くだん

んです。で、これをうまく合体させて、色々な絵を見せることはできないか……という話で、あとはもう、そのまま最後までいきました。

——「人面牛」＋ブレインドック、イコール「せがれ」ですね。

秋元　最初はもっとビデオ寄りの作品になるのかなと思ってたんです。

　みんな、『せがれ〜』をプレイして、「ゲームじゃないよね、これ」とか言いますけど、もう、最初の企画からしたらかなりゲームにはなってるんで、「よかった〜！」と思ってますよ。

——秋元さんが本格的にゲームを作られたのはこれが初めてですよね。

秋元　初めてですね。

——ゲームの制作に携わってみて、どんな感じですか？

秋元　やっぱり、テレビとか雑誌とかと違って〈プレイヤーがいる〉っていうのが大きかったですね。

　テレビとか他の仕事って投げっぱなしで終わっちゃうじゃないですか。反応があってもなくてもいいし、たとえば極端な話、テレビのオープニングを作っても、それが面白くないからって番組の視聴率が落ちることはないっていう無責任さがあるけど、ゲームの場合、やれ「グラフィックが……」とか「キャラが……」とか言われるわけじゃないですか。その意味では「重いな……」と思いましたね。

　子供たちに「ああクソだよ、あんなの」って言われた日にはどうしよう、とか思いましたもん(笑)。

——“ゲーム”ということで、他の仕事と意図的に差別化した部分なんかも、あったんですか？

秋元　ゲームの最大の特長って、“インタラクティブ性”にあると思うんで、自分のキャラクターを人にいじってもらうことで、ゲームの中の世界をいじることができる……という部分は、ちゃんと表現したかったんです。

　でも、それをゲーム的に活かすようなアイデアがうちにはなくて……。ブレインドックさんとのジョイントという形になった時点で、「ゲームやる人は、こういうふうに遊べればおもしろいと感じる」っていう辺りは、お任せしました。だって、うちなんかはインベーダーやってりゃ十分おもしろい、っていう状態ですからね(笑)。

　どっちかって言うと、やってる人たち同士のコミュニケーションが成り立つものにしたかったんですよ。たとえば「あの絵よかったよね」って誰かがもしボロッと言ったら、「何で？」「どこが？」という話になるように……。まったく同じものを自分で見ても、笑ってもいいし怒ってもいいし、突っ込んでもいい、っていう幅があった方がいいかな、と思ってるんですけどね。

　最初のほうのネタは、最後の最後まで変えてました。1年くらい前に作ったやつだと飽きちゃうじゃないですか。デバッグしてて自分でイヤになってくるもんだから「じゃあ、これ差し替えちゃおう！」ってプログラマーにこそっとデータを渡してみたり(笑)。

　それができるように、最初からあんまり手の込んだものを作んないようにしといたんですよね。最後までこちらのほうでもいじれるように。

——当初、『せがれいじり』のメインターゲットはどれくらいの年齢層だったんですか？

秋元　一番基本は、小学校低学年(笑)。

山本(※2)　『せがれ〜』の場合、おもしろいと思えるものを最初に作って、その後で「さて、これをどこに売ろうか？」と……。そこで僕らが考えたのは、「さて、これどうする？」「低年齢以外に大人も狙えるかな？」「そのかわり、中高生はカットかな」っていう。

　子供って、パロディとかの高度な笑いではニヤリとできないけれど、音1つ、絵1つ、ストレートな本質の部分で笑ってくれる部分があるでしょう？

　反対に大人は、内容の裏側も含めて読み取れる部分があるはずだと……。

　ところが、中高生というのはちょうど大人になりかけた、斜に構えた難しい年代で。ちょっとひねくれた部分で、王道を行くものとかまっとうなものとかは、逆に評価しなかったりとか……。『せがれ〜』に関しても「ケッ！」とかって言われるかもしれないな……っていう読みもあったんですよね。

——たしかに『せがれ〜』の場合、パッと見ただけで子供にも伝わるような、〈単純に面白い〉っていう楽しみもありますよね。けど、その一方で、コトバの使い方なんかを大人に深読みされて、あーだこーだと解釈されるような余地もある、と思うんです。ある意味、そのように作品を深読みされるような部分について、作者としてはどう思われますか？

秋元　まぁ、人が言ってるのは勝手というか(笑)。自分自身が、屁理屈言ってるのが楽しいタイプなんですよね。心理学とかずっと好きで、本とかも読



なんでもアリ



ホッシー

（※1）ビデオ「人面牛」

　秋元きつね氏はHz（ヘルツ）というバンドをやっています。このビデオはHz名義で少しだけ販売されたもの。中身はくだん（ヒト頭の牛）が主人公のCGアニメと、歌のアニメ。ちゃんとせがれも出演してます。これを見ると別のサイドから見たセケン話が分かります。

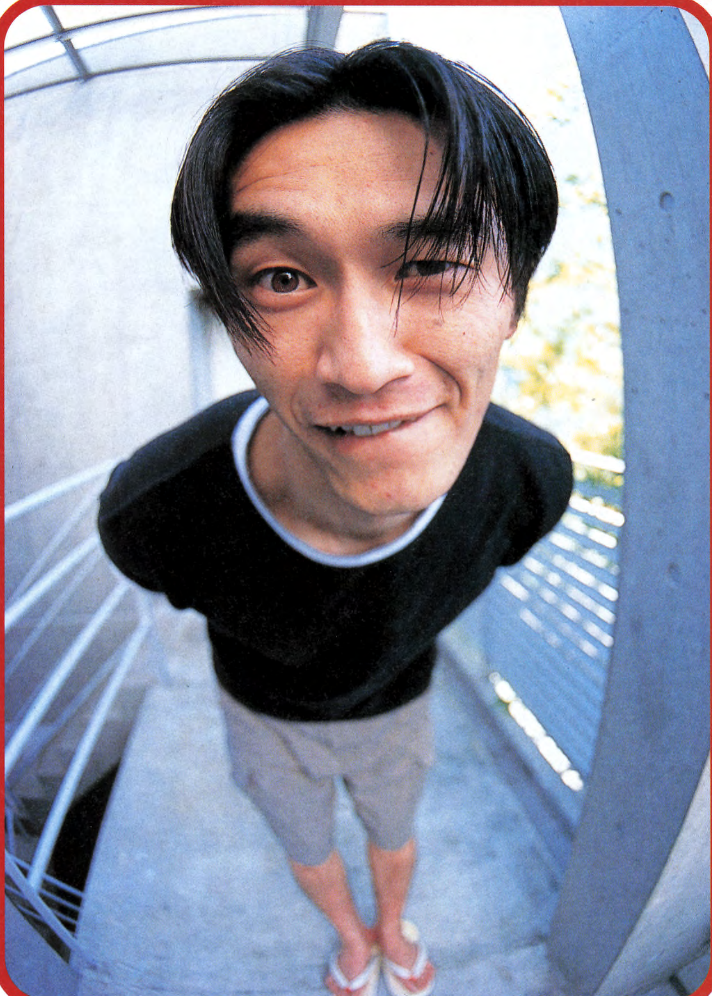
　なお、ビデオなど、秋元氏の作品の詳しいところについては、秋元氏のホームページを御覧くださいまし。

「秋元きつね・きつねの巣穴」
http://fox.win.ne.jp/

※ ソフトバンクから絵本「とびだせがれGO！」、KKベストセラーズから「秋元きつね究極本」が発売予定です。

（※2）山本さん

　『せがれ〜』の発売元、エニックスの広報殿。インタビュー中の温厚な笑顔が印象的な方でありました。とってもお忙しい中、いろいろとご協力ありがとうございました。



秋本きつね

高校を卒業後、P-MODELの平沢進氏のもとで修行。91年にCG屋に転職。92年、テレビ・映像関係の仕事に従事するうち、伝説の早朝子供番組「ウゴウゴルーガ」で注目を集める。その後、バンド・Hz（ヘルツ）を結成。ライブやらCDやらビデオやらイラストやら書籍やらで大活躍（『せがれいじり』も作りました）。今夏には、しかけ絵本も出るそうです。

んでたんですけど。

ただ、例えば何かが起きた時に、それに対して「これはどうだ」「こうだ」って学者がいろいろ分析したりするじゃないですか。そういうのを見ていて、「ばかばかしい」ってあるとき思い始めて……。例えば、ただ太陽が昇っただけなのに、科学で「これがあぁなって、こうなって」て言ったりするのって、変じゃないですか？　メシ食ってうんこするだけなのに、それに理由なんか要らないのに、なんか哲学的に一生懸命勉強してみたりとか……。

だから深く読んでみたい人は読めるし、読みたくないという人がストレートに遊んでも面白い、そういう、いろんなレベルで楽しめるというのが理想ですね。みんなに楽しんで欲しいし、ただ何かが置いてあるだけで面白い、っていうのもまた、面白いですから。

「こういう風に面白いものを作ろう」とかじゃなくて、ゲーム作るとか、ビデオ作るっていう時に、自分が面白いと思うものは全部入れておこう、という感じなんですよね。

――そういう意味では、ビデオとか番組作りの活動と“ゲームづくり”ってのは、そんなに変わらない、ということでしょうか？

秋元　えぇ、変わらないですね。

――ここで聞いておきたいんですけど、秋元さんの創作を支える「おもしろモノ」のルーツって、何ですか？

秋元　「モンティパイソン(※3)」がそうですし、ドリフもそうですし、「まことちゃん」とか鳥山明とかの笑いもおもしろいし。やっぱり、そのあたりですかね。あと、クレイジーキャッツとか、その前の“あきれたぼういず”とか、トニー谷とか……。まぁ、冗談音楽全般は何でも、って感じですね。

共通しているのは、もともと日本にあった大衆的な感覚をポップに表現している、って辺りですかね。誰にでもわかりやすいから、子供にもパッと受ける、というのが好きなんですよ。

――乱暴にくくっちゃうと『せがれ～』って、「モンティパイソン」的なスタイリッシュな笑いを、日本の小学生的な感覚で表現してる、ってことなんだと思うんです。その辺が、例えば「うんこ」の連発につながってるのかなぁ……という気がするんですが。

秋元　やっぱり、「うんこ」って誰にもわかりやすい、一番ポップな存在ですからね。矢印のせがれよりもわかりやすい。誰でも知ってるし(笑)。

――たしかに知らない人、いませんからね。もう、最強ワード(笑)。

秋元　言ってしまえば全世界の共通語ですからね。共通のタブーだし。

――うんこに限らず、使われている言葉とかキャラもえらい独特ですよね。例えば“くだん“って、いったいどこから出てきたんですか？

秋元　最初に「ウゴウゴルーガ(※4)」の「音の博物館」に出したような時は、まだ“人面牛”って呼んでたんです。



花子さん



太郎くん



ネプチュナ







ちなみにその時は「子供が怖がって泣いた」っていうハガキが来たんで、出すのをやめたんですけど(笑)。

で、それからしばらくは"人面牛"って言ってたんだけど、Ｈｚ(※5)のライブのお客さんかなんかから、牛の頭をした〈くだん〉っていう妖怪もいるらしいよ……って話を聞いて、「じゃあ、"件(くだん)"で」ってことになったんです。"人面牛"だと、ゲームの中でも長いじゃないですか、書くのに。だから"くだん"の方がいい、と。

――「せがれいじり」のキャラで一番古いキャラクターというのは何ですか?

秋元　一番古いのはやっぱり「人面牛」ですかね……。

――「ウゴウゴルーガ」自体が92年ぐらいの番組ですから、一番古いのが7年ぐらい前ですね。順番にざーっと並べるとどんな感じですか?

秋元　並べると次が「ホッシー」、次が「ヒト」、うんこ座りの。その次あたりでやっと「せがれ」が来る感じで……。あとはバラバラかな? 雑誌のイラストの仕事で何か作ってって言われて、「じゃあ」ってなもんで、もうよく分かんないうちにできてます(笑)。

――「ウゴウゴルーガ」であるとか、秋元さんといえば、あくまでテレビ畑のお仕事がメイン、というイメージですけど、そもそもどういったキッカケでそっちの世界に入られたんですか?

秋元　高校を出てP-MODEL(※7)というバンドのコピーバンドをやってたんですけど、その頃、そのP-MODELの平沢さんという方と知り合ったんですよ。それで「うちでオペレーターやってくれないか」ってたのまれてツアーとか回るようになって、「キーボード弾けるなら、弾けよ」って言われてステージに立って……そんな感じで。で、その平沢さんというのがアミーガ(※8)というコンピュータを持ってて、「コンピュータで絵も描けるよ」って教えてくれて……。そうしたら電話かかってきて、「アインシュタイン」という番組でアミーガ使える人募集してるよ、って言うんです。ビデオ持ってCX(フジテレビ)に行きましたよ。

――それが一番最初のとっかかり、というわけですか?

秋元　そうです。基本はやっぱりテレビだったんですよ。「アインシュタイン」「ウゴルー」もそうだし「平成教育委員会」とか「ウルトラマン・ティガ」とか、ずっとテレビ畑できて……バンドも趣味でやってたんですけどね。で、その後はイベントとしてバンドをずっとやってまして、またCDとかビデオを作ったり。小金稼ぐために、雑誌のイラストを描いたりもして……。

――そうした活動が『せがれ～』に結実する、と。『せがれいじり』は『せがれ～』単体じゃなくて、どっちかっていうと「秋元ワールド」のゲームとしての1つの現れ、っていう感じになるのでしょうか?

秋元　そうですね。ビデオがあってCDもあってゲームもある、という中で、私にできる面白いことは、大体全部入れてある…それが『せがれ～』ですね。



(※3) モンティパイソン
1969年に英国ＢＢＣで放映開始された、今では伝説と化しているギャグ番組。

(※4) ウゴウゴルーガ
1962年、フジ系列で早朝6時から放送された伝説の子供番組。

(※5) Hz(ヘルツ)
秋元氏のバンド。詳しくはwebで。

(※6) ハコ入りせがれ
テレビ東京系の早朝番組「おはスタ」内で放送された、秋元氏の手によるCGアニメーション。

(※7) P-MODEL
1979年に、平沢進氏らにより結成されたテクノポップバンド。

(※8) アミーガ
1985年コモドール社から発売された、インタラクティブな映像装置として画期的だったパソコン。



ゲーム絵師の肖像

時代的嗜好と共に、常に変転するゲームビジュアル。その中にユーザーは何を求め、作り手は何を示しているのか。絵師たちの姿に迫る新企画。

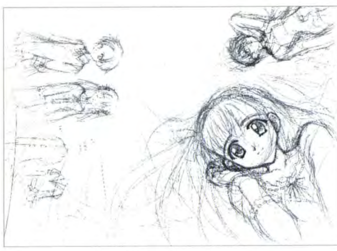
「リボルバー」、「Re・lief」、「マシンメイデン」、そしてWet&Messyをテーマに女性を描いた新作「WAM」。これらは昨今、好調なセールスを記録した美少女ゲームの数々である。しかし、これらの全く傾向の異なるゲームの絵が、ひとりの女性の手によって描かれているという事実を、あなたはご存知だろうか。

その女性こそ、今回紹介するCARNELIAN女史その人である。

彼女は、自身の豊富な経験からメディアごとの効果的な見せ方の違いに着目し、それをゲームの絵に活かしている。こうした彼女の技術論の中にあって、具体例としてとりわけ興味深いのは「集中度を増す」という考え方だ。

これは、ゲーム画面とは絶えず主人公とイコールで語られるプレイヤーの視点であるということを認識した上で、主人公の情感の変化によって、クローズアップされるべき部位が変わるという論法である。つまり、その瞬間の主人公の気持ちの盛り上がりに応じて、対象となる人物をアップにしたり、無駄な背景を省くことで、プレイヤーの視点を対象に集中させ、よりリアルかつスムースな感情移入を導き出すというものだ。

しかし、ひとりの絵師としては、こうした一部分のみをクローズアップした集中的な描き方は受け入れがたいものだという。なぜなら絵を描く側としては、画面内にできるだけ多くの情報を詰め込み、同時にその細部までを表現したいという欲求が常にあるからだ。例えば衣類の材質から指先にいたるまで全てを描きたいということになる。

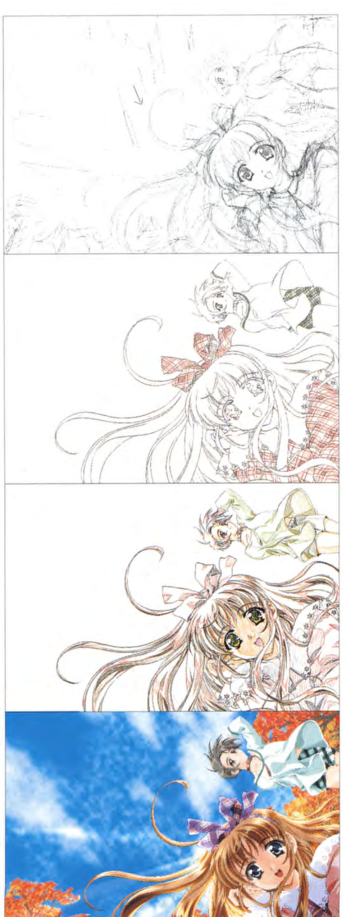


こうした彼女の葛藤とは裏腹に、現在、一般に発売されているゲームの中には、プレイヤーや主人公の視点を重視した「集中度を増す」技法を意識していないゲームも多数見受けられ、そうした作品が好調なセールスを記録していることもさえある。果たして、ユーザーが求めるものと、彼女の提示するものの間には齟齬やズレがあるのであろうか。あるいはこのような情感を重視した作風はユーザーにとってそれほど重要なものではないのかもしれない。しかし、彼女はゲームの完成度も語る上において、何を優先して描くべきか、どのようにして描けば、プレイヤーとゲーム内の主人公の感情をひとつにすることができるのかについて腐心してやまない。そのためには、自身の絵の細部を犠牲にしてでも、ゲームを表現する上で効果的ならば、そちらを優先させる。これは、ディレクターなどの作品の中心となる人間のイメージを優先しなければよい作品はできない、というプロ意識の表れでもある。

これらの話を収斂すると、絵が人に与えるさまざまなエモーション（感動）の話へと行き着く。彼女は、その多彩な遍歴の中でゲームに限らず、昔から一貫してキャラクターと物語を表現することを追い続けてきた。彼女が持つ絵の技法は、極論すれば、多角的な視点によって絶えず「見られる」立場にある作品達に命を吹き込むために存在しているといっても過言ではない。

彼女はこの7月に新ブランドを起ち上げ、より総合的なゲーム作りに挑戦する。絵師として、また、さまざまな立場での経験を経て培ったノウハウの蓄積と自身の持つ理論を、小人数での職人的工房の世界で、ディレクターという立場から実践していこうとしている。

〈文・構成／樋口健介〉





左がCARNELIAN氏。扇子を広げているのが、長年の相棒のちぇりーさん。

CARNELIAN（カーネリアン）
本名 遠藤 直（えんどう・すなお）

小学校時代から、投稿を始め、プロアシスタントを経て、少女漫画の世界へ。中学生の頃よりゲームにのめり込み、同時にゲームの企画やシナリオ、デザインなどの手伝いも幅広く経験。東京デザイナー学院卒業後、コンシューマーゲームの開発を経て、昨年より美少女ゲームの仕事に携わる。

CARNELIAN

おもな作品と発売予定のタイトル

- 「リボルバー」 キャラクターデザイン・原画
  ストーンヘッズ/98.8.28/8,500円
- 「Re・lief」 キャラクターデザイン・原画
  シーズウェア/98.12.18/7,800円
- 「Acid Ware」 キャラクターデザイン・原画
  シーズウェア/99.2.26/3,800円
- 「マシンメイデン」 キャラクターデザイン・原画
  エヴォリューション/99.2.26/8,800円
- 「WAM」 キャラクターデザイン・原画
  ストーンヘッズ（PIL）/99.8.27/8,500円
- 「HANDE MAID CAT（仮）」 ディレクター
  CLOVER/99秋/価格未定
- 「ecliptic～黄道天使～（仮）」
  キャラクターデザイン・原画・原案・ディレクター
  CLOVER/2000春/価格未定
- 「パッショネイト LOVE（仮）」
  キャラクターデザイン・原画・原案・ディレクター
  CLOVER/2000秋/価格未定

新ブランド「CLOVER」の設立とこれからの展望



Ecliptic～黄道天使～

今年7月に、CARNELIAN女史が自ら立ち上げた新ブランド"CLOVER"。ここで彼女の、総合的な作品作りへの挑戦が始まる。

第1作目は、今秋発売予定のドタバタアドベンチャー。続く第2弾目以降は、ファンタジーRPG、恋愛シミュレーションとさまざまなジャンルに意欲的に取り組んでいく方針だ。上は第2弾タイトルの「ecliptic～黄道天使(仮)」のイメージイラスト。氏が以前に執筆した未発表漫画をゲーム化したものだ。



『ラヴ・ジェネレーション』（CX）のポスターといい、『ポンキッキーズ』（CX）の着ぐるみ姿といい、いつもちょっとした〝驚き〟をともなって我々の前に登場する市川実和子さん。やはり、そのゲームライフも一筋縄でいくはずもなく……。激しくも優しい「ゲーム人生」インタビューをここに！

あの頃の私とゲーム

1999.7.8 東京・恵比寿にて
写真＝鬼頭栄次
取材・文＝編集部

「最近はゲームがむずかしすぎます。もっとシンプルでいいから、おもしろいのがやりたい。『グルーヴ地獄V』(PS)よかったですよね。続編を"ぜひ"」

自らの半生をかけてゲーム史を見守ってきた者だけが語ることの許される、憂いに満ち、業界への警鐘(!?)をも含んだ言葉。しかも「グルーヴ地獄」とは……。ただならぬゲームマニアであることを予感させる濃い発言から、市川さんへのインタビューは始まった。

——かなりお好きなようですが、ゲーム初体験はいつ頃でしたか?

「たしか小学2年生のときですね。友達の家で"足で踏む"のを遊んだのが初めて」

——それはひょっとして伝説の「ファミリートレーナー」では? 今や日本中のゲーセンを席巻する音ゲーの革命児「ダンスダンスレボリューション」の流行を、小2の市川さんは足の裏で予見していたとか?

「いえ(笑)」

——そうですよね。「ファミリートレーナー」と聞いて、ちょっと先走っちゃいました(笑)。とにかく「ハイパーオリンピック」(FC)が原体験だったと。

「そう、そう！『ハイパーオリンピック』。私もファミコンが欲しくて親にねだったんですけど、1万円台であることが判明して『ぜったい、ダメー!』って（笑）。あの頃は、お金持ちの子の家にはゲームがあってうらやましかった。ウチは貧乏だったから（笑）」

——すると子供時代はインドア派で、遊びといえばゲームだった?

「そうでもないですよ。テレビゲームも好きでしたけど外でドロケイとか、よくやってました」

——ドロケイ?

「『泥棒と警察』」

——あー「ポコペン」とか「ドロケイ」とか、鬼ゴッコにもいろんなバリエーションがありましたね。

「あと、メダカを獲ったり」

——野原を駆けていた、と。子供の頃はソフトを集めたりはしなかった?

「高校生になって、ようやく自分でお金を稼げるようになってから買いまくりました(笑)。それまで我慢してたから、もう、うれしくって。スーファミ、プレステ、サターン……次々と。サターンなんて5万円時代に買いましたよ」

——サターンを初期に。すばらしい。

「働いて、お金もらって、何に使う? もちろんゲーム!って（笑）。やっぱり自分で好きなゲームを買えるようになって本格的に火がつきましたね」

高校生の頃から、東京コレクションなどのファッションショーや『anan』『CUTIE』といった雑誌の人気モデルとして注目されてきた市川さんだが、そうした仕事のギャラがまさかCPUやCD-ROMに姿を変えていたとは！ 市川さんの身に付けているモノだけでなく、その生き方にも共感する女の子たちがこのコメントを聞いたら……。きっと彼女たちも今まで以上にゲームに興味をもってくれるかもしれない、などと勝手に幸福な気持ちに浸りつつ……。

——こうしてお話ししていても"飾らない"というか、市川さんの開放的なキャラクターが伝わってくるのですが、子供の頃も人気者だったのでは?

「全然そんなことないです。いじめられっ子だったこともあるし。私、小学校を2回転校したんですけど、5年生の終わりに引っ越した後は、けっこう内気な性格になったりして（笑）」

——転校って精神的ダメージが大きいですか? とくに友達と別れるとか。

「私の場合、おたがいの住んでいる場所が離ればなれになっても、それで"お別れ"とは思わなかったから、転校そのものに対してはむしろ期待感のほうが大きかったんですけど。でも高学年になるほど、打ち解けるのがむずかしくなったりしますよね」

——新しい学校での友達作りにゲームの話題から入るとか?

「あったかもしれない。『へぇー○○持ってるんだぁ。いいなぁ。今度遊びに行かせてぇー』という感じで。ゲームって全国共通だから、そういう意味ではゲームの話題に助けられたことがあったかもしれませんね」

——当時は「スーパーマリオ」の裏ワザとか、ゲームの情報が子供同士のコミュニケーションに使われ始めた頃でしたし……。ちなみに市川さんにとって、小学生時代でとくに印象に残っているゲームというと?

「『ポートピア連続殺人事件』（FC）。あれを遊んでいた頃はよくいじめられてまして(笑)。友達の家でピーポーピーポーって、けっこう暗い気持ちでテレビに向かっていたかも」

——あー……「ポートピア」は市川さんのいじめられ体験と重なるんですか? でも友達の家でプレイしていたということは、その子は数少ない理解者だったんですよね?

「いや、その子にも……(笑)」

——いじめられていた。じゃあどうして家に遊びに行ったりしたんです?

「私、バカだったんで(笑)。いえ、素直な子だったんで。たとえ学校でいじめられた相手でも、お家に帰ってから『遊ぼう』とか優しく誘われると、すぐに付いて行っちゃうんですよ。でも、いじめっ子といじめられっ子が一緒に遊ぶことってありません? それだったんですけど」

——リアルだなぁ。それはよくあるパターンですね。

「その子の家は近所だったし。ゲーム以外にも『マーガレット』がいつも置いてあったりして……お金持ちだった（笑）。そういう楽しいものがいっぱいある家だったから」

——ゲームとマンガにつられて(笑)。

「でも、その子もいじめられたりしてましたね。で、他の人と一緒にいるときは私をいじめたりして……」

——あーそれもリアルな話だなぁ。ということは「ポートピア」は市川さんの中で悲しい記憶と結びついているんですね。もし今ここでヤス（「ポートピア」の登場人物）のいる画面を見たら、ちょっとブルーな感じになります?

「なるでしょうね。私、ガリガリに痩せてて目がおっきかったから、『E.T.』みたい、とか言われてた(笑)。だから、将来は絶対整形してやる、って」

——でも、もし本当に整形しちゃってたら、今のようなモデルやパーソナリティーとしての活躍はなかったかも?

「そこが人生のおもしろいところですよね」



いちかわ・みわこ。1976年3月19日生まれ。昨年10月1日に大瀧詠一&多幸福が手がける『ポップスター』でCDデビュー。8月4日には待望の1stアルバム『PINUP GIRL』（写真上、EpicRecords）もリリースとなり、ミュージシャンとしてどんな顔を見せてくれるのか楽しみなところ。しかもこのアルバム、大瀧&多のゴールデンコンビに加え、細野晴臣、筒美京平、鈴木慶一、平松愛理…と参加アーティストも超豪華。聴き逃すにはちょっと惜しい1枚となっている。

蝶はすぐ死ぬ

清水マリコ

Le conte de fées

交差点で信号待ちをしながら下を見た。B5サイズの緑色のチラシが、雨のアスファルトの上に落ちている。

「あなたの電子ペット供養します」

おなじみのクマのキャラクターに翼の生えたイラストといっしょに、そんなことばが目に入った。クマの顔には誰かに踏まれたあとがある。祐胡はコンピュータの中でペットを飼ったことはないが、チラシの連絡先の名前をよく知っていた。

西村ユウコ。自分の名前だ。ユウコと祐胡で字は違うし、僕は男だけどユウコはフツウ女の名前だ。この人はきっと僕と同姓同名の女の人だろう。でも、チラシを拾ったのは名前のせいじゃない。信号が変わって、人がいっせいに歩き出したので、クマがまた踏まれるのがなんとなくかわいそうだったからだ。

よく見るとチラシはあちこちに落ちていた。この近くで配っているらしい。祐胡はチラシを目印に歩いてみた。街へは買い物に来たのだが、用事はすでに終わっていた。

配り手はすぐに見つかった。背が高く、体つきが薄くてきれいな女の人だった。顔だけ見るとハタチより上で、祐胡よりも年上だと思う。なのに服装は不釣り合いに子どものようで、ふくらんだ半袖のブラウスに、長い吊りスカートを履いていた。

彼女は祐胡がチラシを持っているのをすぐに見つけてにっこり笑った。白地にピンクのヒマワリ模様の傘を揺らして近寄ってくる。

無視して逃げろ。チラシは捨てろ。しかしことばが先に口から出ていた。

「あなたが西村ユウコさんですか」

「はいそうです」

「おれも西村祐胡っていうんです」

「本当に?」

ユウコは急にうち解けた口調になった。

「それで、どんなペットを供養したいの?」

「どんなって」

「メール用のペットじゃなくても、育てるゲームのペットでも、飽きちゃって放りっぱなしのペットでもいいのよ」

「供養ってどんなことするの」

「方法がわからないと安心できない?」

「それはないけど」

「じゃあ、ペットのデータをここの住所へ送ってね。メールで送れるならメールでもいいけど、あとに同じ物が残らないように」

ユウコはチラシの住所とメールアドレスを指さした。細長い指に透明な青いビーズの指輪。白い手の甲にボールペンで落書き。

ユウコは祐胡から離れてまた通る人にチラシを配り始めた。当然だが受け取らない人がほとんどで、祐胡はユウコのチラシが拒まれているというだけで、もう平静でない自分の心に戸惑っていた。

翌日、祐胡はまた交差点へ行ってみた。雨は昨日から続いていて、ヒマワリの傘も、昨日と同じ場所で開いていた。

「ペットのデータを持ってきた」

祐胡はユウコにメモリカードを渡した。自分のではない。妹が遊んでいる育成ゲームの猫キャラのデータを勝手に持ってきたのだ。

「ありがとう。大事に供養するね」

ユウコは両手でカードを捧げるようにいったん持つと、肩から斜めにさげたバッグにしまおうとした。祐胡はそっと手を出して止めた。

「供養するところが見たいんだ。不安だからじゃないよ。好奇心で」

好奇心は良くも悪くも心を揺さぶる。できるかぎり動揺を避けたい祐胡にとって、好奇心は不似合いどころか不吉なことばだ。だが、祐胡はあえてそう言った。ただの好奇心ならまだマシだからだ。

ユウコは傘の奥から祐胡を見た。小さな口をすねたようにすぼめて、考えるような間をとって言った。

「いいよ。祐胡君とは同じ名前だし。なんとなく、秘密っぽい顔してるしね」

「秘密っぽい顔って?」

「自分に後ろ暗いところがあるから、ひとの秘密も守れる顔」

ユウコと祐胡は雨の街を歩いた。最初にいた場所は繁華街だが、少し外れるとすぐに古いアパートが並ぶ住宅街だった。

「いつから供養とか始めたの」

「いつだったかな……」

「ペットはチラシまいて集めるの」

「ネットでも募集してるみたい。でも私は、そっちのことはよく知らない」

「ネットには、ペットのメモリアルパークもあるって聞いたけど?」

「それは、人から愛されたペットのための場所。私の供養は、愛され損ねたペットのためよ」

ユウコはひとりが通れるだけの細い路地をいくつか曲がった。祐胡はいままでひとに質問されることはあっても、質問を繰り返したことはほとんどなかった。知りたい気持ちは負ける気持ちに似ていると初めて知った。路地の突き当たりにあるアパートの狭い階段をユウコは上がる。濡れたブラウスの背中とスカートの裾を見ながら祐胡も続いた。

「どうぞ」

ユウコは2階の奥から2番目の部屋へ入った。中に入ると、メモリカードやミニゲーム機が放り込まれて詰まった段ボールがいくつも床に置かれていた。窓の下には古い座卓、座卓の周囲に段ボールと同じレベルで放置されているコンピュータがいくつか。

「祐胡君のペットを供養するのはこれね」

ユウコは床のコードをたぐりよせ、ゲームマシンを引き出した。

「猫の名前は?」

「西村祐胡」

妹からは名前を聞いていなかったので、祐胡は自分の名前を言った。

「自分の名前をつけてるペットなのに、ちゃんと育ててあげなかったの」

ユウコはわずかに眉をひそめた。その顔に、祐胡は無意味に傷ついて動揺した。

「まずい」

「何がまずいの? 供養やめるの?」

「違う」

じゃあいいね、と、ユウコは祐胡の渡したカードを差し込み、マシンを動かした。シュウ、と、祐胡も知っているディスクの回る音



写真＝森山大道

がする。モニターらしきものはどこにもないが、ユウコは慣れた動きでコントローラのボタンを押した。

「生まれ変わる西村祐胡の魂が、次は幸せになりますように」

ユウコは目を閉じて祈り始めた。部屋の中に祐胡の知らない音楽が流れてきた。上げ下げの少ない音を規則的に繰り返す電子音楽だ。この音楽データをペットのデータに上書きするのが「供養」らしいということは、祐胡にも簡単に想像できた。

音楽は読経や説教のように淡々と続いた。

「ユウコさんは、動揺すると悪いことが起きる運命の人間て信じる?」

祐胡は問いかけたが、ユウコは祈っているだけだ。

「自分の心が動揺すると、自分自身にも、世の中にも悪いことが起こる。だから、物事に深入りしないように注意して……とくに、他人の心には関わらないように生きてる」

「……」

「その人間が、自分と同姓同名で、やっぱり不思議なものを感じる人間と出会ったら」

「終わりね」

音楽がやんでユウコは目を開けた。いまのは、供養が終わった、という意味らしい。

が、祐胡に言えることももう終わりだった。あとは、これだけ自分の心が揺れたことがどんな結果につながるかを、見届けるだけだ。

「供養のお金はいらないけど、このカードはこちらでもらいます」

ユウコは祐胡の渡したカードを抜いて、段ボールのひとつに投げ入れた。

「これに、さっきの音楽が入ってるんだね」

「そうよ」

「たくさん供養して、段ボールで部屋がいっぱいになったらどうするの」

「ならないよ。たまったら、また街に流してあげるから」

「流すって?」

「この子たちに少しお化粧して、新しい飼い主にもらってもらうの」

それはつまり、一見わからないように細工して、音楽データ入りのメディアやゲームを流通させるということか?

「できるの、そんなこと」

「できるって。もう、新しい飼い主を見つけた子もたくさんいるって言ってたもの」

「言ってたって誰が?」

「私たちと同じ名前じゃないから言えない」

悪い確信が祐胡の胸に広がる。

「ユウコさんは、いじめられて家出したり、ハンパに育てられて飽きられたペットを、かわいそうだと思う?」

わざと遠回しに訊いたのだが、ユウコは無邪気に核心を答えた。

「うん。だから供養をしているの。でもね、生まれ変わってもらわれた先では、必ずみんな幸せになれる。この音楽が、飼い主を、優しくて弱いものが好きで甘えて甘えられることが好きな、子どもに変えてくれるから」

「そんなこと」

絶対にできない、とは言い切れない。音楽として再生されることはなくても、ウイルスとしてコンピュータに入り込み、暗示のプログラムを実行すれば……。

「できるよ。現に私は供養するたびに、どんどんいい気持ちで優しくなってる」

ユウコはとろりとした声で言った。指先で、まだ濡れている髪の毛の先を丸めると、絡めた指を口へ持っていってくわえた。

それがユウコの奇妙な服装や行動の理由だったのか。そして僕は、そんな彼女を。

「でもね、なんにも入ってないカードやディスクに音楽を入れてもだめなのよ。冷たくされたペットのデータと重ねたときしか、こういう気持ちになれないの」

祐胡はもう少し彼女の声が聞きたくなった。

「……じゃあ、本当は愛されているペットを勝手に連れてきて、ムリやり供養したらどうなるのかな」

「え」

ユウコは両腕をだらりと下げて祐胡を見た。

「おれが頼んだ西村祐胡って、本当は妹のペットなんだ。名前も違うし」

「だめだよ」

ユウコの声が震えだした。室内が急に蒸し暑くなった。

「どうしてそんなことしたの?」

「ペットなしだと会えないと思って」

「生き埋めすると恨んで呪う音楽になるから、それだけはいけないって言われてたのに」

「誰に言われたの」

「私、猫の祐胡を追いかける。見つかるかどうか、わからないけど」

ユウコは部屋中のマシンの電源を次々に入れた。機械がうなる音と同時に、あの音楽がまた流れはじめた。祐胡は反射的に耳をふさいだ。ユウコは一度は段ボールに入れたカードを拾ってゲーム機に差し込むと、座卓の上の端末をもの凄い速さで叩きだした。うつむいて必死に指を動かすしぐさは、演奏に陶酔するピアニストみたいだ。演奏はどんどん激しくなった。やがてユウコはキーボードを憎むように何度もつよく叩くと、反動で仰向けにばたりと倒れた。

「ユウコさん」

祐胡は耳をふさぐのをやめてユウコの体を抱いて起こした。すごく軽くてついうっとりした。だが、それはすでにユウコの抜け殻だった。魂は猫キャラを追いかけて機械の中へ行ったらしい。音楽がフェイドアウトしていった。遠くで猫の鳴き声がしたのは幻聴だろうか。

祐胡は何度も動揺したので、やっぱり悪いことが起こった。これからここに来るペットたちは、みんな恨みの暗示になってばらまかれていく。その結果は、幼児退行のような甘いものではないだろう。もちろん、いま祐胡がここにあるすべての機械を物理的に壊して、ペットたちも全部処分してしまえば、何も起こらないかもしれない。でもそうすると、祐胡が、たぶん初めて好きになった女の人の魂が、どこにもいなくなってしまう。

祐胡は室内をそのままにして帰ることにした。外はまだ雨の音がする。祐胡は、アパートの玄関に、自分のと、ユウコのヒマワリの傘とは別に、黒い大きな蝙蝠傘が置いてあるのに気がついた。

蝙蝠傘の持ち主が、ユウコに供養の方法を教え、音楽を聴かせ、生き埋めを禁じたのだろうか?　そして、やがてこの部屋へやってきて、魂のない彼女を見つけるのだろうか。

祐胡はわざと自分の傘をそこに忘れていくことにした。かわりに、ピンクのヒマワリの絵のついた、かわいい柄の傘を盗んだ。

（第四話"a pet cemetery"終）

他誌済々

たしさいさい

ゲーム誌に掲載された名言を読む！

このコーナーのネタを探して、原稿を書く段になるとノムさんになったような気がします。いわずと知れた阪神タイガース監督。なにかぶつぶつとぼやいているジジイのようなね。そのうち格言とかいいだしたりして。野村のススメならぬ、大王のススメでも書こうかな。

あなたはニヤリとしますか？

「聖剣伝説で長ウキーッ！」
PlayStationMagazine '99年7月16日号

まあ、今回はこの話題から触れざるを得ないでしょう。プレマガのリニューアルに端を発するスクウェアとのもめ事。簡単に説明すれば、プレマガがPS専門誌の中で差別化を図るため、思考系ゲームを取り上げていくスタイルを選択し、同時にさまざまなニュースや業界情報を日記形式で編集長が解説するコーナーを始めたと。で、スクウェアの「Racing Lagoon」ってゲームのプレゼンを受けた時の感想やら何やらを誌面に載っけたわけ。それがスクウェアを激怒させて、「聖剣伝説」の情報提供をストップ。今度は、逆にプレマガがそれに対する抗議を誌面展開したという、何か書いててやんなっちゃう一件。先日、目黒の路上でスクウェアの人とばったり会って、この件聞いたら「終息に向かってる」といってた。どう終息するのかはわからないけど、僕からすれば、スクウェアもプレマガも、いってること、やってることがよくわからんってのが正直なところ。これを機会に他の業界では通用しないようなこういった変なシステムを議論していかなければ、みたいな話もあったけど、いまいちこれはこれって見えるんだよね。だから、この件に関しては、僕もあまりコメントしたくない。こういうことがあった、ということは読者の皆さん知っていていいけどね。ただ、最後にスクウェアさんにひとことだけ。編集長自身の個人的コラムを掲載している雑誌はゲーム雑誌とは認められない、だからゲーム雑誌ではないものに情報は提供できないという論理は、どうでしょうか。編集長がコラム書いたり、対談に出たり、レビューやってる雑誌はいくらでもあるし、ゲーム雑誌ではなくても一般誌には情報提供してるじゃん。これはいわないほうがいいよ。

「いったい何人がかりでゲームを作っているのか、この雑誌は!?」
ゲームウォッチ vol.1

新しい友達ができました。コンセプトは「カウンターカルチャーとしてのゲームを創る、生きる」だそうで。そこはかとなく、gMの様子を見ながら作り上げていったという感じで。この言葉は編集雑記（後記みたいな）の編集長さんのものの。ゲームウォッチを取り上げたかったから引用させてもらっただけで、このコメント自体を引用したことに特に意味はない。多くていいなあとは思うけど。そういうのじゃなく、gMも含めて、隙間を狙った新しいゲーム誌のスタイルというのは難しいもので、これまた戦友みたいな気分になるものなのです。売れすぎれば悔しいし、でも売れないとなると、市場がないって話にもなりかねない。そんな微妙な声援を送りたい雑誌。向こうさんはどう考えてるか知らないけど。

「密かに注目している雑誌」
デジタルメディア・ナビゲーター '99年8月号

メディア、小売店などの業界人向け定期購読誌で、なかなか一般の人は目に触れる機会のない雑誌なんだけど、そのなかに専門誌解体深書というコーナーがある。「電撃王」でも連載を持つイメージ工学研究所の福井さんが書いていて、8月号ではgMが取り上げられたわけです。僕もコメント寄せてる。こういうところに取り上げていただき、分析していただくというのは、まったくもってありがたいことなんですけど、ちょっと気になる記述がチラホラ。「業界関係者が実は密かに注目している雑誌」……密かにか、寂しい。「ヒネくれたＰＯＰさの中に～」……確かに他誌に比べればヒネてるわなあ……。でもね、でもね非常にありがたい評価もしてくれてて、寂しくもあり、頑張らなきゃなあという気持ちになるの。機会があったら見てみてよ。

「このゲーム、なんかクソゲーっぽいよね。いい意味で」
電撃王'99年8月号

まいど！のカプコン岡本氏の連載より。今回はゲームアーツ宮路洋一氏との対談。クリエイター同士で話あっているとき、「あなたのゲームは面白くない」と思ったら、カドが立たないようにどういうかという話で、岡本さんは冒頭のようにいうそうです。“っぽい”というところで濁らせて“いい意味で”と付け足すことで、逆のイメージを与えるというトークテク。確かに岡本さんからいわれたら、このセリフでもカドは立たないかもしれないけど、ほかの人がいったらどうなんだろう。ケンカになるような気がするなあ。ちなみに宮路さんは「キミの企画にはちょっと愛が足りないんじゃない？」というそうです。僕は宮路さんのいいかたに1票だけどね。

「バラに負けない男の香り」
じゅげむ'99年8月号

デジキューブ黒川さんのコーナーに、ゲストとしてアトラスのグラサンコンビが登場。対談をしているわけですが、なぜかこの号では黒川さんまでサングラスを着用しているわけです。その3人組そろい踏み写真につけられたキャッチコピーがこれ。もう、3人もグラサンしてると滑稽を通り越して、何かこう怖いものを感じるね。僕はこだわりのある人は嫌いじゃないけど、イメージ創ってるのがわかるのってなんかこっ恥ずかしくなってしまってイカン。本来の黒川さんのイメージはバララしいけど、それもなんでしょう？　とかいいながらも、僕らは日々クリエイターのイメージを創りあげるような写真を撮ったり、僕自身“大王”ってキャラクター創ったりしてるんだけどね。矛盾を覚悟でいえば、サングラスは似合う人がかけよう、似合うものを選ぼうってこと。悪口じゃないよ、これは。

オレ的ランキング

ORE TEKI RANKING

はてしなく泥沼が続き、今号はじつは発売を3日ほど延期した。よって相変わらず、このページをリニューアルできなかった。なんだかんだいって、他ページとのギャップが、このコーナーに合ってるのかなとも思っているわけで、最近は変えなくてもいいかなとか考えたりして。でも1回宣言した手前、次号こそはと。



コンパイル仁井谷社長 CDデビューその後

MOO仁井谷社長が歌うまいのは、オレ知ってんの。前に「ゲームクラッシュ！」って雑誌の企画で、池袋GIGOでカラオケ大会やったからね。とはいえね、「傷心〜きずごころ」はないだろうと思ってたの。CDデビューするって聞いたときにね。仁井谷さんは何のために歌うんだろう、歌うことで何か解決することがあるんだろうかとかね。ところが、意外といっては失礼かもしれないけど、地道にキャンペーン張って、全国行脚してるのね、これ。で、オリコン演歌チャートもいい順位につけたらしいのね。結果として、コンパイルという会社、仁井谷という名前、上がりました。つまり宣伝効果抜群だったわけだったのね。そういう意味ではこの「傷心〜きずごころ」って仁井谷さんの遊び心からスタートかもしれないけど、コンパイルの信用回復にもつながったんじゃないかなと、思うわけ。

GameSpotにドリマガ、ザプレページ完成！ gMは…？



インターネット使える人、http://www.zdnet.co.jp/gamespot/にアクセスしてみて。……ほらけっこうすごいでしょ、業界ニュース毎日更新で、しかもいろんなコーナー満載だし、ドリマガ、ザプレのページもある。期待の新作情報とか、売上TOP20とか、最新号の内容とか、まあ頭下がるね。この編集部がじつはgMの隣なんだけど、毎日駆けずり回って取材してUPしてと、もう大変でさ。腰が痛いとか調子悪いとかそんな話も聞くしさ。まあそれは置いておくとして……ついにわがgMのページも公開可能になりました。パチパチパチ。内容はですね、とりあえずは昔掲載したインタビューとかをツラツラ連載してみたり、バックナンバー紹介したりしています。新たにまったく雑誌とは関係ないコーナーを立ち上げてみたりとかそういうのも考えてます。GameSpotはゲーマー必見HPなのでよろしく。

ワンダースワンのモバイルエンターテイメント



ゲームボーイとは違う層を狙うWSの新兵器が登場。携帯電話とかPHSと接続してHPを見たり、ミニゲームをダウンロードできる通信アダプタ「Wonder Gate」がそれ。ホワイトロムとか出すしかないです。携帯機なのにNINTENDO POWERとか64DDの機能を持つことになるからさ。

みんな、スターウォーズが好きだったのか!?



「スターウォーズepisode 1」公開に関する馬鹿騒ぎ、もうあれはいいんだ。騒げるとき騒いどけっていう若者文化だから。それはそうと、巷にはいろんなスターウォーズものが溢れるようになってます。ペプシ、ケンタッキー、そしてゲーム。ゲームライセンスのためにシーンを加えたといわれるポッドレースは、すでにPCでもN64でもリリースずみ。しかもすさまじい勢いで売れているわけです。特に海外で。なんだろ。トイザラスあたりにあるグッズと同じような感覚なのだろうか。ちゃんとゲーム見て判断せーよ。ゲームが面白くないといってるわけじゃないけど、何かひとこといっておきたくなるブームなので。

伝説の巨人シブサワ・コウ



シブサワ・コウ氏は、光栄の歴代IFシミュレーションをすべてプロデュースし、ずっとその正体を隠してきた人物。たぶん光栄では制作は裏方で、表舞台に出るべきではないという考えがあったのだろう。そういう考え方をするメーカーはいまだに少なくない。それは作り手は作品で訴えるべきで、口で訴えるべきではないといっているようにも感じる。それも正論。とすれば、今回の発表はいかなる変化があったのか……。

コナミVSジャレコの話

昔も、カプコンとデータイーストの間で格闘ゲームのシステムに関する「似てるじゃん」「いやオリジナルだ」という裁判があった。あれも、当時ブームを謳歌し業績を延ばしていた規模の大きい側からの訴え。今回もそう。判官びいきの日本人としては、規模の小さい方が権利を主張して、大手に泡を吹かせてもらいたいもの。そういう意味で、中小メーカーこそあらたなシステムに挑戦してほしいね。

オレ的ランキングヘッドライン

ORE TEKI RANKING HEAD LINE

1	仁井谷社長	広島のビル・ゲイツことコンパイルの仁井谷社長がCDデビュー。デビュー曲は「傷心〜きずごころ」。えー？
2	ゲームスポット	日本一の情報量とスピードを自負WEB MAGAZINE、GameSpotにドリマガ、ザプレページ公開!! ん？
3	スターウォーズ	お祭りには行かないくせに、こういうことで騒ぐ輩が急増！　スターウォーズ以下略も日本公開でして。
4	コナミVSジャレコ	コナミさんがジャレコさんにいいました。「よしなさい」。さすが法務を着々と強化してきたコナミ。ムダがない。
5	ワンダースワン	実売はどうなっておるのかと問いただしたくなる、WS。夏には100万台？しかし、周辺機器はなかなか面白そう。
6	シブサワ・コウ	なぜこの時期に襟川会長がシブサワ・コウとして登場したのか。そしてなぜいままで秘密の存在だったのか？
7	中古販売	1つの見解が示された東京地裁での上昇とエニックスの争い。ユーザー不在の戦いはまだまだ続きそうで……。
8	久多良木健	SCE久多良木社長は、社内ではクタちゃんと呼ばれています。セガ入交社長はイリさん。任天堂山内社長は……。
9	ビバリウム	ここでもいうけど、シーマンいいね。周りの人はFFなみに買うっていう率高いんだけど、これは業界だから？
10	㈲ジーエム・ナノハナ	なんのことかとお思いでしょうが、ジーエムつながりで取り上げてみました。なにやる会社（？）なんでしょう。
11	エンターネット	任天堂とリクルートが64DDがらみで会員制事業の合弁会社を設立。いよいよDDがデビューするのか？ 大丈夫？
12	N64大人向けブランド	大人向けといわれると、アダルトゲーム特集をやった身としてはあらぬことを想像するわけで……。
13	シェンムー	今号の「シャンムー」情報はお休みです。体験版GDサンプルがドリマガに届いたようなので見ておきますけど……。
14	東京ゲームショウ	東京ゲームショウがビジネスデーを含めて4日間になります。一般入場者には関係ないですが、非常に疲れそうです。
15	DO佐藤社長	特集でD.O.の佐藤社長にインタビューした。誌面に載せきれない様々なお話をしていただいたが、それはまた後日。
16	携帯電話	ドコモP206を尻ポケットに入れ続けて1年、折れてしまいました。軽くなってスゲーなとか思ってたらこれだよ！
17	フェレット	うちのフェレットの眉毛のあたりがハゲた。公家みたい。うちのAM書籍にも麿って呼ばれる難しい名前の男がいる。
18	ウッキー	世間では、宇多田ヒカルはヒッキーと呼ばれている。我が家ではウッキー。なんかサルみたいってことで嫁命名。
19	チョー杉村	プレマガ編集長VSスクウェアの戦いの模様は、P139「他誌済々」にて掲載中。とばっちりありませんように……。
20	ネオポケカラー	そろそろ買ってもいいなと思い始めているネオポケカラー。なつかしのゲームギアテイストに乾杯です。

中古販売は是か非かといわれたら……

こうして原稿を書いている以上、個人的意見が通るのかは疑問だが、オレ的には、いろんなハードある中で中古買ったことのないものはないです。ユーザーとしては当然でしょう。音楽CDは基本的には新譜買います。レンタルはたまに。ビデオ、年1本も買いません。ほとんどレンタル。頒布権があるとされているこうしたメディア、じつはユーザーの利用方法はさまざまなんです。そこに制作費がいくらかかったとか、関係ない。使い勝手の問題。今回は正直にいってみました。

PS2お披露目はゲームショウ秋で



6月9日に催されたPlayStaionAWARD'99で、SCE社長の久多良木健氏がいいました。「9月のゲームショウでは実機をお見せします」。招待客は「オオーッ」。でもPS2(仮)への言及はそこまでで、あっさりしたもんだった。その後の調査によると、実機になにかオリジナルソフトを走らせ、評価できるくらいのレベルのものを展示できそうだとか。しかし、発売日とか価格というあたりは発表されそうもない。しかし、1つ期待されるのが正式名称の発表。あるかな〜、ないかな〜。はたしてPS2(仮)はストレートにプレイステーション2なのだろうか。佐伯さんをインタビューして思ったんだけど、ソニーって全世界共通の商標を取ると思うわけです。メガドライブが海外ではジェネシスだとか、そういうんじゃなくね。そういう意味ではPS立ち上げ時にPS2とかPS2ndとか、いろいろ押さえていそう。とにかくスマートなの希望。

ビバリウムへ斉藤由多加氏を訪ねる

シーマンを見にビバリウムへ。ロビーで10分、ぷらぷらする。社長室へ。斉藤由多加氏に会うのは、たぶん2回目。1回目はTOWER関係で名刺交換レベルだったはず。照明を落とした薄暗い部屋でシーマンをプレイ。楽しい。シーマンが斉藤氏に似てても楽しい。斉藤氏gM気に入ったようだ。この取材はドリマガの取材。しかし斉藤氏、自分で方向性仕切る。話を聞く、ヘンだ、面白い。ゲームさらに見る。ヤバい。ハード持ってないけど、出たら買おう。そんな感じでした。



最新ジーエム関連会社発掘

ある日、デスクの上に袋が置いてありました「(有) ジーエム・ナノハナ」。よくわからないので置いた張本人に聞いたらば、「荻窪にあるんですよ」と。「じゃあ行ってこい」とオレ。へんなとこで強気なんだよな……。後日、写真が届きました。「なんじゃこりゃ？」結局ですね、この店は袋にこそジーエムなんて入っているけど、なんでジーエムなのかさーっぱりわからないインテリアのお店なわけです。すみませんヘボくて。でも行ってみてください。

任天堂とメディアファクトリーが提携するエンターネットとは

任天堂とメディアファクトリーが合弁会社を作った。64DDネットサービス事業のやつ。これ「エンターネットサービス」っていうんだけど、じつはこのエンターネットって商標を押さえているところ、オレ知ってるんです。身内。でね、興味あるのは、エンターネットって言葉を使う限り、ここなんとかしないといけないわけです。もしくは名称変更するか。ということは、任天堂かメディアファクトリーか知らんけど、「使わせて」って来るわけです、なんか楽しみ〜。

N64大人向けブランドにドッキリ

正常な判断力を有するもののみ楽しめる世界、それがアダルトだ。アダルトでイメージするのは当然エロ。大人向けブランドと聞けば、当然「すわ！？　N64も18禁？」と思うわけ。「すわ」って誰もいわないと思うけど。「gemji」というブランドはそういうエロではなく、暴力シーンにおける大人向けを考えて設立されたブランド、というオチなんだけど、まあそれでもドッキリビックリしたし、ハイレゾパックのノーマルってわざと解像度落としてないとか思うわけですね。





田園都市線・鷺沼（川崎市）、日曜の午後にゲームセンターで遊んでいた9歳と4歳の兄弟

「毎朝、6時半に起きる。『おはスタ』見るから」

兄・高柳人大　9歳（小学4年生）　弟・高柳睦人　4歳（保育園）　父43歳（自営業）母30歳（主婦、パート）　神奈川県川崎市宮前区（'99年6月20日・ハイテクランドセガ鷺宮にて）

持っているゲーム機：ファミコン、スーパーファミコン、ゲームボーイ、ゲームボーイポケット、ゲームボーイカラー、プレイステーション、ニンテンドウ64

―最近はどんなゲームをやってるの？

兄「ヨッシーのパネポン」

弟「ボンバーマン」

―初めてやったゲームは何だったか覚えてる？

兄「マリオ」

弟「覚えてない」

母「お兄ちゃんが生まれる前からうちにはゲーム機がありましたから」

父「（夫婦）二人でやってたんですよ。好きだから」

―ゲームセンターにはよく来るの？

父「二人がパチンコをやってる間、こどもたちはゲームセンターで遊んでるんですよ」

―学校で休み時間とか、みんなでゲームの話する？

兄「しない」

―学校ではどんな遊びが流行ってるの？

兄「ハンドベースボール」

弟「ブランコ」

―じゃあ、放課後はそういうことして遊んでるんだ。

兄「ううん。家に帰ってゲームとかしてる」

―一人で？

兄「うん」

母「前は友達がいっぱい集まってたんですけど、火で遊んだことがあって。私が、昼間いないので、危ないと思ってしかったんです」

―朝は何時くらいに起きるの？

兄「6時半。『おはスタ』見るから」

―睦人君も『おはスタ』見るの？

弟「うん」

兄「うそ（笑）」

母「平日は遅いよね。日曜は早いけど。アニメ見るから。『テレタビーズ』好きだよね」

弟「『テレタビーズ』好き」

―最近、何か楽しいことあった？

兄「う〜ん………（笑）」

弟「ない」

父「昨日、養老の瀧に行ったじゃないか（笑）」

―じゃあ、美味しいもの一杯食べたんだ。

弟「食べてない」

兄「うそつき（笑）。ガンガン食ってたくせに」

弟「アイス。ター坊んち」

―？？？

母「ター坊んちで食べたアイスが美味しかったんだよね」

―あっ、そうか、そうか。ター坊と仲いいんだ。

弟「うん」

兄「遊んでると、必ず一回はケンカしてるけど（笑）」

―もうすぐ夏休みだよね。休みになったら何したい？

兄「う〜ん………」

母「（父に向かって）どこも連れて行かなくていいんだって。楽でいいね（笑）。（兄に向かって）『ポケモン』の映画見たいって言ってたじゃない」

―映画見たいんだ。

兄「うん……あと、沖縄行きたい」

父「3年くらい前まで、家族で毎年、沖縄行ってたんですよ」

ハイテクランド
セガ鷺沼
川崎市宮前区鷺沼1-11-2
NEWサギヌマ2F
☎044-857-6680
営業時間
12:00（8月中は10:00）〜24:00（月〜金）、
10:00〜24:00（土日祝）



写真＝ホンマタカシ

新郊外ゲームエイジ

gM03号当選者発表
①秋田県・大石国俊
②東京都・藤原淳志
③神奈川県・小須田美和
④福岡県・田中俊和/千葉県・芳賀健一/東京都・三村貴/長野県・小林宏美/香川県・石田拓也
⑤広島県・境まどか/埼玉県・藤島陽介/山形県・堀江直也/愛知県・池田高広/千葉県・菊地和広
⑥大阪府・近藤貞雄/長崎県・芝田庄司/京都府・梶原友美/埼玉県・大場惣一/青森県・宮下千佳

お詫びと訂正
gM03号「ゲームキャラ・ウーォーズの舞台裏」P35に誤りがありました。正しくは、「三島平八 ●1994年登場」「永瀬麗子 ●1997年登場 165cm48Kg スリーサイズは85・58・86」です。関係者の方々にご迷惑をおかけしたことをお詫び申し上げます。



1 ゲームボーイCOLOR

5名

マリオゴルフGBで育てたゴルファーは、64でも使えます。買いやすい価格帯になっただけに、欲しいはず。



2 NEO・GEO POCKET COLOR

5名

オリジナル作品が充実のNGPC。液晶カラーの解像度と操作性は、他の携帯機以上。もらっとけ、いまのうち。



3 ワンダースワン

5名

周辺機器も続々登場し、ゲーム意外の利用方法がうれしいWS。写真とは違うが、ツートン3色でお届けします。



4 ポケットステーション

5名

ポケステじゃなきゃという対応ソフトも増たがゆえ、何個でもほしいという人も多いのでは?



5 18禁ゲームセレクション

10名

今年発売のアダルトゲームをお好みでプレゼント。製品名と使用のパソコン機種を書いて応募ください。



6 カルドセプトカードゲームver0.75

3名

激レアグッズ。カルドセプトを本当にカードゲームとして楽しめる。とことん遊びこめ。

PRESENT forREADERS 読者プレゼント

応募要項

本誌添付のアンケートハガキに、アンケートの回答、郵便番号、住所、氏名、年齢、電話番号、希望の商品番号と商品名を記入して応募ください。5番は現在発売中のゲームソフト名と機種を記入してください。記入が不十分のものは無効となります。締めきりは9月10日（当日消印有効）です。発表は本誌NO.5誌上で行います。
※発表から2カ月後も未着の場合は、編集部までご連絡ください。また、製品は入手状況によって発送が遅れることがありますので、あらかじめご了承ください。
※雑誌公正競走規約の定めにより、この懸賞に当選した方は本号のほかの懸賞に当選できない場合があります。

Dreamcast



Dreamcast 4GD-ROMs 6,800yen

W
A
R
P.

WARP Inc. Seizan bldg. 2-12-28 Kita-aoyama, Minato-ku, Tokyo 107-0061 Japan http://www.warp-jp.com

ジーエム 1999 04
平成11年8月13日発行　発行人●岡崎 眞　編集人●前田 徹　発行●ソフトバンク パブリッシング株式会社 〒103-8501 東京都中央区日本橋箱崎町24-1 電話:03-5642-8100(販売) 03-5642-8412(編集部)

雑誌23326-8/13Ⓛ-9/30　定価980円 本体933円　©SOFTBANK PUBLISHING CORP. 1999　Printed in Japan
T1123326080989